

DISEÑO DE MI MODELO DE NEGOCIO PERSONAL

Yulith Carolina Chía Rocha

Docente:

Angela María Muñoz Ruiz

Universidad Externado De Colombia

Facultad De Administración De Empresas

Maestría En Gerencia De La Innovación Empresarial

Bogotá D.C., 2021

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	5
2. Objetivos	6
2.1. Objetivo general	6
2.2. Objetivos específicos	6
3. Marco referencial	7
3.1. Introspección y autoconocimiento	7
3.2. ¿Qué es un modelo de negocio?	8
3.3. Modelo de negocio personal	15
3.4. Antecedentes biográficos del autor	17
3.4.1. Infancia	17
3.4.2. Educación	18
3.4.3. Carrera profesional	18
3.4.4. Vida personal	19
4. Marco teórico: Mi percepción de los modelos de negocio personales	20
5. Fundamento metodológico	21
5.1. Primer CANVAS	24
FIGURA 2. PRIMER CANVAS	24

	2
5.2. La rueda de la vida	25
5.3. Cualquier momento cuando tenía 20 años	26
5.4. Roles múltiples	27
5.5. Descubrimiento de la línea de vida	29
5.6. Reconocer intereses	36
5.7. Fortalezas y habilidades – ambiente personal	37
5.8. Qué clase de persona soy	42
5.9. Como gasto la mayoría de mi tiempo	44
5.10. Propósito de carrera	46
5.10.1. Cubrimiento de mi historia	46
5.10.2. Las tres preguntas	48
5.10.3. Mi marca – nueva vida	52
5.11. Declaración de propósito	54
5.12. Trascendiendo modelos mentales	56
5.13. Redibujando el modelo de negocio personal	58
5.14. Calculando mi valor empresarial	58
6. Propuesta de valor	72
7. Conclusiones y recomendaciones	73
Bibliografía	75
Anexos	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución del concepto de modelo de negocio	8
Tabla 2. Identifica tus competencias y habilidades	38
Tabla 3. Las seis tendencias de Holland	40
Tabla 4. Resultado del listado de cualidades	43
Tabla 5. Declaración de propósito	54
Tabla 6. Declaración de propósito	55
Tabla 7. Modificar los módulos y evaluar los efectos	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURA 1. LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO DE OSTERWALDER Y PIGNEUR	11
FIGURA 2. PRIMER CANVAS	24
FIGURA 3. RUEDA DE LA VIDA	25
FIGURA 4. ROLES MÚLTIPLES	28
FIGURA 5. DESCUBRIMIENTO DE LA LÍNEA DE VIDA	30
FIGURA 6. TENDENCIAS DE PERSONALIDAD DESTACADAS	41
FIGURA 7. VALOR EMPRESARIAL	58
FIGURA 8. MODELO DE NEGOCIO PERSONAL ACTUAL	59
FIGURA 9. PUNTOS DÉBILES DEL MODELO DE NEGOCIO PERSONAL ACTUAL	60
FIGURA 10. REDIBUJAR EL MODELO DE NEGOCIO PERSONAL	71

DISEÑO DE MI MODELO DE NEGOCIO PERSONAL

1. Introducción

La creación de valor y la innovación en el modelo de negocio en un mundo que se encuentra en cambio constante acelerado por la tecnología, la llegada de la cuarta revolución industrial y el impacto social, económico y político que deja la pandemia, es esencial para que empresas y profesionales sean competitivos en el mercado y aseguren su permanencia allí. Es importante tener en cuenta que, si bien las empresas como los profesionales se encuentran en un entorno en el que no pueden controlar todas las variables, tienen la capacidad de adaptarse a ellas e innovar sobre sí mismos.

Específicamente en la innovación del modelo de negocio de los profesionales, es posible utilizar herramientas que se utilizan en el mundo empresarial para hacer un análisis de las competencias, habilidades e intereses profesionales de una persona para encontrar así el valor empresarial de este y rediseñar su modelo de negocio personal, alineado a un propósito.

El modelo de negocio personal planteado por Tim Clark, en colaboración con Alexander Osterwalder y Yves Pigneur en su libro “Tu modelo de negocio”, permitirá a la autora del presente trabajo, por medio del desarrollo de una serie de ejercicios de introspección, retrospección y reflexión diseñar su propio modelo de negocio, identificar su propósito, su valor empresarial y definir, perfilar y desarrollar su carrera profesional atada a sus intereses.

2. Objetivos

2.1.Objetivo general

Diseñar un modelo de negocio personal por medio de un análisis de introspección guiado por el libro “Tu modelo de negocio” de Tim Clark, en colaboración con Alexander Osterwalder, en donde la identificación de las habilidades, competencias, personalidad e intereses permitirán declarar un propósito y la propuesta de valor personal.

2.2.Objetivos específicos

- Identificar mis intereses, fortalezas y habilidades, por medio de la reconstrucción y análisis de los hitos o eventos más importantes en mi vida, así como de los diferentes roles que tengo o he tenido personal y profesionalmente.
- Hacer un reconocimiento del tipo de persona que soy, por medio del descubrimiento de las cualidades que veo en mí misma y las que ven los demás.
- Identificar el propósito profesional por medio de las actividades: cubrimiento de mi historia, las tres preguntas y mi marca, mi nueva vida.
- Rediseñar el modelo de negocio personal con los descubrimientos en el desarrollo de la metodología, calculando así el valor empresarial personal.

3. Marco referencial

3.1.Introspección y autoconocimiento

La introspección puede ser una facilitadora del autoconocimiento, entendiéndose como “un intento por aproximarse a los procesos cognitivos a partir del reporte verbal hecho por los propios sujetos” (Kleining, Burkart y Mayer, 2005, como se citó en Mora, 2007).

Este intento por acercarse a los procesos cognitivos como: percepción, atención, memoria y pensamiento; direccionado al sujeto que está en un proceso de introspección, permite que este le dé un significado a las sensaciones que ha experimentado a lo largo de su vida, determinar los estímulos que le han permitido o no direccionar su camino y recuperar información como hitos o personas influyentes en su vida, lo anterior resulta en el autoconocimiento permitiendo así que el sujeto cree, genere nuevas ideas, encuentre nuevas soluciones a problemas y posteriormente tome decisiones que lo conduzcan a su propósito.

Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en su libro “Tu modelo de negocio” utilizan la introspección para llegar al autoconocimiento del sujeto, ya que recurre a la memoria para que el sujeto busque en su infancia, adolescencia y las diferentes etapas que ha tenido en su vida, los momentos más importantes y que de acuerdo a su percepción hoy lo hacen quien es, un sujeto con habilidades, competencias, intereses y un propósito, capaz de reinventar su modelo de negocio teniendo en cuenta las variables externas que lo rodean. Finalmente, tras el proceso de reflexión realizado, la metodología que proponen los autores termina en un proceso de pensamiento, en donde el resultado del autoconocimiento es un nuevo modelo de negocio personal y profesional atado al propósito de vida.

3.2.¿Qué es un modelo de negocio?

La definición del concepto de modelo de negocio y los elementos que debe contemplar o a los que debe responder, se han ido desarrollando en el tiempo con las teorías de expertos en Gerencia y Administración. Preguntas como ¿Quién es mi cliente? ¿Cuál es la propuesta de valor que ofrezco? Han sido esenciales para construir modelos que les han permitido a las organizaciones crear su estrategia operativa, comercial, financiera, logística, entre otras. A continuación, se hará un acercamiento a nueve autores, sus definiciones y los elementos que definieron esenciales para un modelo de negocio:

Tabla 1.

Evolución del concepto de modelo de negocio

Autor	Definición	Modelo responde a
Peter Drucker	Forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio. Un componente importante son las opciones sobre “cómo operar en esta organización”.	¿Quién es el cliente? ¿Qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un costo apropiado?
Joan Magretta	De acuerdo a Llorens (2010) Magretta plantea que el modelo de negocio es como una historia y debe superar un test de narrativa y un test de números.	El modelo debe responder a las preguntas que se planteó Peter Drucker y además superar el test de narrativa, es decir si el modelo tiene un sentido alineado a la estrategia y el test de números, lo cual implica la utilidad del modelo de negocio. (Llorens, 2010).
Henry Chesbrough y Richard Rosenbloom	Para Chesbrough y Rosenbloom “el modelo de negocio es un proceso evolutivo y dinámico, y los ejecutivos deben mejorarlo constantemente” (Llorens, 2010).	De acuerdo a Llorens (2010) para los autores el modelo debe responder a: <ul style="list-style-type: none"> ● Propuesta de valor ● Identificar segmento de mercado. ● Definir la estructura de cadena de valor. ● Mecanismo de generación de ventas. ● Posición de la empresa dentro de una red de valor.

		<ul style="list-style-type: none"> ● Formular la estrategia competitiva.
Christoph Zott y Raphael Amit	“Un modelo de negocio es un sistema con actividades interrelacionadas entre sí. Los autores proponen que para diseñar un modelo de negocio se deben contemplar elementos de diseño y de esquema” (Llorens, 2010).	De acuerdo al artículo de Llorens (2010) “Una perspectiva al concepto de modelo de negocio” para los autores el modelo responde a elementos de diseño: contenido, estructura y gobierno y a elementos de esquema: novedad, lock-in, complementarios y eficiencia
Afuah y Tucci	Llorens (2010) explica que para los autores los modelos de negocio son dinámicos por lo tanto incorporan nuevos elementos como: tecnologías, actores en el mercado, normativas o tendencias que pueden resultar en una reingeniería del modelo de negocio.	A un entorno dinámico en donde incorporar un nuevo elemento representa un cambio en el modelo de negocio.
Michael Porter	De acuerdo a Salas (2009) en su artículo “Modelos de negocio y nueva economía industrial” indica que Michael Porter puso a disposición de los empresarios un marco conceptual para entender los modelos de negocio bajo el concepto de competitividad contrayendo a partir de esto la teoría de las cinco fuerzas.	El modelo responde a las Cinco Fuerzas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos competidores 2. Negociación con proveedores 3. Negociación con cliente 4. Productos sustitutos 5. Rivalidad entre competidores
Gary Hamel	Gary Hamel, en su libro “Liderando la revolución” incluye el concepto de innovación en el modelo de negocio y define cuatro componentes importantes en los modelos de negocio.	El modelo responde a cuatro componentes: <p>Interfaz con el cliente: Interacción entre la organización y el cliente.</p> <p>Estrategia fundamental: misión, estrategia de competencia, alcance del producto, alcance del mercado y los procesos fundamentales.</p> <p>Recursos estratégicos: conocimiento, competencias, bienes y procesos fundamentales.</p> <p>Red de valor: Asociaciones claves.</p>
Osterwalder y Pigneur	Los autores proponen un modelo de negocio centrado en la propuesta de valor apalancado por 9 segmentos.	Responde a 9 segmentos: Asociaciones claves, actividades claves, recursos claves, relación con el cliente, canales, clientes, costos e ingresos y por supuesto la propuesta de valor.

Al realizar el recuento de los diferentes conceptos de los autores, es posible concluir que el modelo de negocio CANVAS ha engranado todos los conceptos y elementos que se han desarrollado a lo largo de los años, en donde inicialmente las preguntas ¿Quién es tu cliente?

¿Qué valora? y ¿Cómo se hace el negocio rentable? Tenían alta relevancia para la construcción del modelo de negocio, sin embargo, a medida que los autores anteriormente mencionados evalúan nuevos factores, surgen nuevas preguntas ¿Cuáles son las actividades claves en la cadena de valor? ¿Cuáles son los recursos estratégicos con los que se cuentan y cuáles se requieren? ¿Cuáles son los socios claves? ¿Cómo va a ser el relacionamiento con el cliente? y ¿Cuáles son los canales a utilizar para llegar al cliente? toman relevancia en la evolución del modelo de negocio, es por esto que Osterwalder y Pigneur diseñan el modelo CANVAS en donde la definición de nueve segmentos claves construyen el modelo de negocio de una organización o incluso el modelo de negocio personal.

3.2.1. Lienzo del modelo de negocio Osterwalder y Pigneur

Alexander Osterwalder e Yves Pigneur hacen una breve definición de modelo de negocio en su libro “Generación modelo de negocio”: “Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder, Pigneur, 2010) Esta definición demuestra la importancia que tiene para los autores la propuesta de valor dentro del modelo de negocio, siendo esta el eje central de los ocho segmentos restantes. Los autores desarrollaron un lienzo, una representación gráfica de los nueve segmentos en las que basan su modelo de negocio, los cuales son: Segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuente de ingresos, recursos claves, actividades claves, asociaciones claves y estructura de costes. Este lienzo permite condensar en una sola hoja los elementos esenciales para la construcción de un modelo de negocio para una organización, para un proceso e incluso para una persona (explicado tiempo después en su libro “Tu modelo de negocio”), en donde todas sus partes están interconectadas y deben trabajar en sinergia para el éxito del modelo. A continuación, una breve explicación del lienzo del modelo de negocio:

FIGURA 1. LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO DE OSTERWALDER Y PIGNEUR

Asociaciones claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmento del mercado
<p>De acuerdo a Osterwalder existen cuatro tipos de asociaciones claves:</p> <p>Alianzas estratégicas con empresas no competidoras.</p> <p>Coopetición: Asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.</p> <p>Joint Ventures: Empresas conjuntas para crear nuevos negocios.</p> <p>Relación cliente proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.</p>	<p>De acuerdo a Osterwalder este módulo debe responder a la pregunta ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con cliente y fuente de ingresos? En donde se describa las acciones más importantes que debe realizar una empresa para que su modelo de negocio funcione.</p> <hr/> <p>Recursos claves</p> <p>“Este módulo describe los activos más importantes” (Osterwalder, Pigneur, 2010)</p> <p>De acuerdo a Osterwalder los recursos se pueden dividir en las siguientes categorías: Físicos, intelectual, humanos, económicos.</p>	<p>“Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico” (Osterwalder, Pigneur, 2010)</p> <p>La propuesta de valor es el componente diferencial que ofrece la organización al segmento que escogió, y de acuerdo a Osterwalder y Pigneur debe responder a las preguntas: ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes? ¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos a solucionar? ¿Qué necesidad de los clientes satisfacemos? ¿Qué paquete de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?</p>	<p>Este módulo y de acuerdo a Osterwalder y Pigneur debe responder a las preguntas ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos? ¿Qué tipo de relación hemos establecido? ¿Cuál es su coste?</p> <p>Proponen los tipos de relación posible como: Asistencia personal, asistencia personal exclusiva, autoservicio, servicios automáticos y comunidades.</p> <hr/> <p>Canales</p> <p>“Explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado” (Osterwalder, Pigneur, 2010) Es decir, las formas de contacto y encuentro con el cliente.</p>	<p>En este módulo se define los grupos de personas a los que se dirige la organización. (Osterwalder, Pigneur, 2010)</p> <p>Este módulo debe responder la pregunta ¿Para quién creamos valor?, y para responder a esta pregunta es necesario hacer una investigación de las necesidades específicas del segmento seleccionado y de esta manera diseñar un modelo de negocio que corresponda a la solución y dar valor a los requerimientos del mercado.</p>
<p>Costes</p> <p>“Este módulo describe todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio” (Osterwalder, Pigneur, 2010) De acuerdo a Osterwalder este módulo debe responder a las preguntas ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes al modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos claves más caros? ¿Cuáles son las actividades claves más caras?</p>		<p>Fuente de ingresos</p> <p>Se calcula con los beneficios menos los costes. Es importante hacerse las siguientes preguntas planteadas en el libro Generación modelo de negocio para la definición de este módulo: ¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente? ¿Cómo les gustaría pagar?</p>		

Los nueve módulos visualizados en la representación gráfica anterior es la herramienta base para el diseño de un modelo de negocio de acuerdo a Osterwalder. Herramienta que permite definir los puntos claves y cómo se conectan estos, generando un engranaje en todos los aspectos plasmados allí. Las principales ventajas y usos del modelo de negocio que propone Alexander Osterwalder en su libro Generación modelo de negocio son:

- Plasmar modelos de negocio actuales y sobre ellos diseñar y definir nuevos modelos o simplificarlos.
- Analizar y demostrar fácilmente la viabilidad económica de un modelo de negocio.
- Demostración visual de los aspectos más importantes del modelo de negocio, sus funciones y la interdependencia entre ellas.
- Convertir los planes de negocio en los procesos de la organización.
- Ayuda a pensar en la organización de una forma global, evitando que áreas, procesos, recursos y personas no sean contempladas en el modelo de negocio, así como ahondar en detalles que no son relevantes.
- Fija una meta compartida en la organización.
- Evaluar un modelo de negocio personal, en el cual se ahondará en el capítulo 4.4. del presente trabajo.

3.2.2. Importancia de la innovación en los modelos de negocio

La Innovación es un proceso que interactúa con una serie de factores externos como los son: factores económicos, factores políticos, sociales y culturales y desarrolla la ventaja competitiva de una organización, mejorando su viabilidad económica y sus procesos; teniendo

como resultado una nueva forma de hacer las cosas, un elemento diferenciador que en el caso de los modelos de negocio permitiría hacer cambios al interior de la organización, garantizando la creación de valor.

Como se mencionó en el capítulo anterior Osterwalder define el Modelo de negocio como una herramienta conceptual que por medio de elementos y sus relaciones, permite visualizar la forma en la que una organización genera ingresos y ofrece valor a uno o varios segmentos de clientes, por lo tanto un modelo de negocio organizacional es el resultado de la adopción de elementos innovadores en la organización, permitiendo el desarrollo de ideas que pueden modificar factores relevantes en el entorno y el interior de la empresa, como, por ejemplo: la optimización de procesos haciéndolos más eficientes, la forma en la que trabajan los empleados, la cultura organizacional. Lo anterior le otorga a la organización una ventaja competitiva siendo eficiente, eficaz y por consecuencia cumplidora de los tiempos. (Landazury y Ferrer, 2016, como se citó en Yoguel y Boscherini, 1996).

Obtener esta ventaja competitiva tiene una relación estrecha con la innovación, es por esto que Lerner (2007, citado por Boada y Muñoz, 2019) clasifica la innovación de acuerdo al nivel de impacto en la competitividad de la siguiente manera:

Innovaciones Radicales o Estratégicas: “Son aquellas que contribuyen a que la empresa compita a un mediano y largo plazo, generalmente asociadas a modificaciones sustanciales en proceso, tecnología y al lanzamiento al mercado de nuevos productos, nuevos servicios y nuevos modelos de negocio” (Boada y Muñoz, 2019). De acuerdo a lo anterior una innovación radical corresponde por ejemplo a: el descubrimiento de una nueva necesidad del consumidor, lo cual podría requerir un cambio en la propuesta de valor, una nueva forma de consumir un producto lo

cual podría modificar las actividades y recursos claves o el descubrimiento de nuevos nichos de mercado, es decir la modificación del segmento y por lo tanto incluso el cambio de los canales y la forma de relacionamiento con este nuevo mercado. Para relacionar el concepto con ejemplos reales a continuación se describen dos tendencias que están clasificadas como Innovaciones radicales.

- **Cloud Computing:** Es una serie de servicios tecnológicos disponibles en internet que permiten que las organizaciones tengan acceso a la información o a aplicaciones en cualquier parte del mundo, también implica una reducción de costos en hardware y software, se reducen los espacios de almacenamiento en elementos físicos y la información puede ser vista desde cualquier dispositivo, por lo que la dependencia a los computadores disminuye. La nube es una innovación radical, porque cambió la manera en que las organizaciones manejan su información, la gestión del conocimiento y el estilo de trabajo.
- **Economía Colaborativa:** Esta economía requiere del uso de internet, permite la interconexión de red de personas aprovechando el acceso al uso de activos tangibles e intangibles desaprovechados. Tiene como premisa relaciones de confianza de carácter abierto, inclusivo y global.

Innovaciones Incrementales: “son aquellas que se realizan en los productos, servicios o procesos existentes en la empresa con el fin de mejorar su desempeño en el mercado. Por lo general contribuye a que la empresa pueda competir en el corto y mediano plazo” (Boada y Muñoz, 2019). De acuerdo a lo anterior, es posible concluir que este tipo de innovación se enfoca en los procesos y recursos claves, y no requiere un cambio en la propuesta de valor. Ejemplos de innovación incremental encontramos a Apple que se ha mantenido como líder

mejorando sus productos constantemente; otro ejemplo es Kodak que mantiene la misma calidad de imagen y funciones de cámara, pero ha migrado a lo digital.

Teniendo en cuenta lo anterior y teniendo en cuenta que la innovación según Porter (1990) “es crear valor nuevo y significativo para el mercado” y que Osterwalder centra todos los elementos en la propuesta de valor es posible considerar la importancia que tiene la innovación en el momento de plantear y diseñar un modelo de negocio, dándole a este nuevas formas de hacer los procesos, de eficientizar los recursos y reducir los costos, encontrar y/o crear asociaciones claves, nuevas formas de relacionamiento con los clientes por medio de canales novedosos, crear productos nuevos con un valor significativo para el segmento de mercado escogido, incluso cambios estructurales en la organización. La innovación no solo es una herramienta para diseñar un modelo de negocio, es parte de la estrategia de la organización para asegurar entregar una propuesta de valor a su cliente.

3.3. Modelo de negocio personal

Clark, Osterwalder y Pigneur proponen un modelo de negocio personal en el libro “Tu modelo de negocio”, el cual conserva los conceptos básicos, sin embargo, están enfocados en la construcción de la marca personal y la carrera profesional. A continuación, se desarrollará una breve descripción de cada uno de los módulos del modelo de negocio personal:

- *Recursos claves* - ¿Quién eres y qué tienes? En este módulo se describen los intereses, competencias, habilidades, personalidad, conocimientos y experiencias que tiene la persona.
- *Actividades claves* - ¿Qué haces? En este módulo se reflexiona sobre las actividades esenciales que se realizan en el trabajo.

- *Clientes* - *¿A quién ayudas?* Son las personas que dependen de tu trabajo para realizar parte o todo su trabajo. También aplica si comunidades o grupos enteros dependen de tu trabajo.
- *Valor añadido* - *¿Qué ayuda ofreces?* Es el valor que se le proporciona al cliente. Osterwalder define algunas preguntas que ayudan a encontrar este valor añadido: *¿Cómo ayudas a otras personas a hacer su trabajo? ¿Para qué trabajo te contrata el cliente? ¿Qué beneficios aporta tu trabajo al cliente?*
- *Canales* - *¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?* Osterwalder lo define como el proceso de marketing, en el cual se definen la forma en la que se proporcionarán los servicios o productos al cliente.
- *Relaciones con clientes* - *¿Cómo te relacionas?* Es una descripción de la forma de relacionarse con el cliente.
- *Asociaciones claves* - *¿Quién te ayuda?* Para el caso del modelo de negocio personal, las asociaciones claves son personas que pueden ser compañeros, mentores, miembros de la red profesional, amigos o familiares.
- *Ingresos* - *¿Qué obtienes?* Son las fuentes de ingreso, como: salario, acciones, regalías, honorarios, entre otras. También aplican otro tipo de beneficios como becas, auxilios educativos, afiliaciones a medicina prepagada, entre otras.
- *Costes* - *¿Qué das?* De acuerdo a Osterwalder es la inversión necesaria para trabajar, por ejemplo: gastos de formación, desplazamiento, vehículo u otras herramientas, internet, teléfono, tiempo y energía.

Para realizar este modelo de negocios Clark, Osterwalder y Pigneur proponen una metodología que se explicara en el capítulo 5 del presente trabajo, las cual por medio de ejercicios de reflexión y retrospectión permiten diligenciar cada uno de los módulos de una

forma más consciente, obteniendo como resultado un nuevo modelo de negocio personal con una propuesta de valor alineada con un propósito profesional.

3.4. Antecedentes biográficos del autor

Yulith Carolina Chía Rocha (Bogotá, 6 de mayo de 1990) ingeniera industrial egresada de la Universidad Central. La mayor parte de mi infancia viví con mi familia materna compuesta por mis abuelos, mis dos tíos, mi tía, mi mamá y hermana. Estudié la primaria y el bachillerato en un colegio católico femenino cerca de la casa de mis abuelos. Al salir del colegio inicié mi pregrado de ingeniería industrial en la Universidad Central y obtuve media beca los primeros 4 semestres de la carrera. A los 21 años empecé mi vida profesional con las prácticas en una empresa del sector Retail llamada SODIMAC. En el 2018 inicié la maestría en gerencia de la innovación en la Universidad Externado de Colombia.

3.4.1. Infancia

Soy hija de Víctor Hugo Chía Álvarez y Amanda Rocha Martínez ambos contadores de profesión y tengo una hermana menor llamada Laura Estefanía Chía Rocha, publicista y paseadora canina. Nací y he vivido toda mi vida en Bogotá, cuando mis papas se separaron cuando tenía aproximadamente 10 años nos mudamos a la casa de mis abuelos paternos Carlos Alberto Rocha Hernández y Amanda Martínez de Rocha en un barrio popular de Bogotá llamado Fontibón, en la casa vivían también mi tía y mis dos tíos. Mis abuelos y mis tíos fueron muy importantes en mi crianza y en la de mi hermana ya que por varios años mi mamá trabajaba y estudiaba y no pasábamos mucho tiempo con ella entre semana. Estudié la primaria y el bachillerato en un colegio católico y femenino del barrio llamado Santa Teresa de Jesús, en el colegio siempre se me facilitaron las matemáticas sobre otras materias. Desde niña vi el amor

que tenía mi familia por los animales y recuerdo que tuvimos muchos tipos de mascotas como aves, peces, una tortuga, un hámster y una perra llamada Juana.

3.4.2. Educación

En el colegio, en el grado decimo nos ubicaban por énfasis de acuerdo a las habilidades, competencias e intereses de cada estudiante y yo fui ubicada en el salón con énfasis de matemáticas. Esto ratifico mis habilidades con los números y decidí después de graduarme del bachillerato en el 2007 estudiar ingeniería industrial, después de varias visitas con mi mamá a varias universidades, la que se ajustaba en todos los aspectos era la Universidad Central. Los primeros cuatro semestres obtuve media beca por el promedio general de cada semestre. En séptimo semestre en el año 2011 decidí hacer mi horario en la noche para iniciar la búsqueda de mis prácticas profesionales. Finalmente, en 2013 obtengo mi título como ingeniera industrial. En el 2018, inicie la Maestría en Gerencia de la Innovación Empresarial en la Universidad Externado de Colombia.

3.4.3. Carrera profesional

En 2011 soy contratada como practicante de procesos en SODIMAC Colombia, mi principal función fue hacer toma de tiempos y movimientos en las tesorerías de las tiendas y generar los informes y conclusiones de dichas mediciones. Al finalizar las prácticas, la compañía me hizo la propuesta de trabajar de forma indefinida con el cargo de Auxiliar de procesos, acepte la oferta y me desempeñe en ese cargo por tres años, mis principales funciones fueron identificar y proponer mejoras en la distribución de cargas laborales en varios procesos, así como la documentación de procesos y procedimientos. En el 2014 tras unos cambios de estructura soy trasladada al área de Eficiencia y Productividad como Auxiliar de productividad en donde mis

funciones eran muy similares al cargo anterior. En septiembre de 2014 soy promovida a Analista de Productividad, mis funciones están relacionadas principalmente al seguimiento de indicadores y construcción de soluciones móviles para los procesos operativos y comerciales de la compañía, por medio de una aplicación. En 2019 fuimos reconocidos como el proyecto más innovador en los premios internos de la compañía. En el 2020 por motivo de la pandemia mi contrato en SODIMAC es finalizado.

3.4.4. Vida personal

Familia. Fui criada por mis abuelos maternos que vivían de hacer y vender artesanías en cobre, para mi tuvieron un rol de padres. Mis tíos y tía también tuvieron un rol muy importante también, ya que recuerdo que con ellos pasaba la mayor parte del tiempo. Mi mamá y papá fueron padres jóvenes y los primeros años de mi vida recuerdo que estudiaban y trabajaban por lo que no pasábamos mucho tiempo con ellos, lo que fortaleció la relación con mis abuelos y tíos. Tras la separación de mis padres, vivimos 12 años en la casa de mi familia materna hasta que nos mudamos con mi mamá y hermana a una casa. En 2017 mi abuelo falleció y es un golpe muy duro para la familia.

Relaciones sentimentales. En 2008 conocí a Milton Triana en la universidad, él era estudiante de ingeniería electrónica y vivíamos en el mismo barrio. Iniciamos un noviazgo que duró ocho años.

Amor por los perros. De niña les tenía pánico a los perros, pero cuando uno de mis tíos llevó a Juana (nuestra primera perra) perdí el miedo rápidamente y se convirtió en el juguete de mi hermana y el mío. Después de la muerte de Juana, mi hermana y yo creamos una sensibilidad

especial por los perros y solíamos ponerle nombre a los perros que veíamos en la calle, esto sumado a la insistencia de tener una nueva mascota, mi papá nos regala un perro al que llamamos Bruno. Después de Bruno, llegaron 4 perros más a hacer parte de nuestro hogar. Impulsado especialmente por la pasión de mi hermana llevamos aproximadamente 8 años ayudando a perros en condición de calle.

4. Marco teórico: Mi percepción de los modelos de negocio personales

Clark, Osterwalder y Pigneur inician su libro “Tu modelo de negocio” con la pregunta: ¿Por qué reflexionar sobre el modelo de negocio es la mejor forma de adaptarse a un mundo cambiante?” (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012) Esta es una pregunta que puede ser más frecuente dentro de las organizaciones, quienes año tras año e incluso en cuestión de meses, se ven retados y a veces obligados a crear nuevas estrategias para permanecer vigentes en un mercado que cada vez más cambiante, teniendo como premisa que es necesario agregar valor y de esta forma garantizar su existencia con ingresos sólidos e incluso con ingresos con tendencia a aumentar.

Si tenemos en cuenta que las organizaciones están cambiando frenéticamente de acuerdo a una exigencia del mercado, es lógico concluir que estas compañías y el mercado en general requieren de profesionales que tengan la capacidad de adaptar sus puntos fuertes y aptitudes a estos nuevos retos, incluso, aún más si el objetivo profesional de una persona es emprender. Esta capacidad de adaptación no es algo que se deba improvisar o dar por hecho, y es allí donde el modelo de negocio personal propuesto por Osterwalder tiene una gran relevancia, ya que proporciona una metodología que brinda herramientas al individuo para reflexionar, cuestionarse a sí mismo y auto descubrirse, tres elementos esenciales para identificar su propósito profesional

e innovar en su propio modelo de negocio, con el objetivo de ser un profesional competitivo que actúa motivado por sus reales intereses y fortalezas.

El modelo de negocio de Osterwalder si bien tiene una aplicación organizacional, al ser aplicada de forma personal y profesional, permite que los individuos reflexionen sobre ¿Quiénes son y qué tienen? ¿Qué hacen? ¿A quién ayudan? ¿Qué ayuda ofrece? ¿Cómo los conocen y qué medios utilizan? ¿Cómo se relacionan? ¿Quién los ayuda? ¿Qué obtienen? y ¿Qué dan?, las respuestas a estas preguntas abren una puerta al autoconocimiento, en donde por ejemplo descubren o reafirman sus cualidades, sus intereses, sus conocimientos, las actividades que sabe hacer con experticia, sus clientes, el valor que quiere dejar u ofrecer, determinar la forma más eficiente en la que se comunica con los demás, los beneficios que trae para su vida ese valor que está ofreciendo, así como lo que tiene que dar para ofrecerlo. Todo lo anterior, enfocado correctamente permite encontrar un propósito que puede guiar el camino y los retos que se van a afrontar, una estrategia personal y profesional.

5. Fundamento metodológico

La metodología a utilizar para el presente trabajo es el modelo de negocio canvas, desde un enfoque personal y profesional, lo anterior requiere un proceso de introspección en donde el individuo por medio de la reflexión defina, profile y desarrolle su carrera profesional (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012) e identifique su propósito profesional, teniendo como base sus intereses, personalidad, fortalezas y habilidades.

Para el desarrollo de esta metodología se tendrá como guía el libro “Tu modelo de negocio” escrito por Tim Clark, en colaboración con Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, en donde diseñaron una metodología que consta de cuatro pasos: lienzo, reflexión, revisión y

acción. Cada paso tiene una serie de actividades que le permite al lector identificar aspectos claves (personales y profesionales) que le van a permitir diseñar su modelo de negocio personal atado a un propósito profesional. Para entender un poco más sobre la metodología a continuación una breve descripción de cada uno de los pasos que se desarrollaran en el presente trabajo:

Parte 1. Lienzo: En esta primera parte de la metodología descrita en el libro, el lector debe identificar y reflexionar sobre sus intereses, competencias y habilidades, así como los activos que posee, los costos indirectos no cuantificables como lo es el estrés y los beneficios directos como lo es la satisfacción (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012). La forma de esquematizar los descubrimientos de esta reflexión es por medio del modelo de negocio CANVAS, teniendo en cuenta que cada uno de los campos debe responder una pregunta:

- Recursos claves - ¿Quién eres y qué tienes?
- Actividades claves - ¿Qué haces?
- Clientes - ¿A quién ayudas?
- Valor añadido - ¿Qué ayuda ofreces?
- Canales - ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?
- Relaciones con clientes - ¿Cómo te relacionas?
- Asociaciones claves - ¿Quién te ayuda?
- Ingresos - ¿Qué obtienes?
- Costes - ¿Qué das?

Parte 2. Reflexión: Una vez se ha realizado la primera versión del modelo de negocio, los autores del libro invitan al lector a realizar una serie de ejercicios para reflexionar sobre los aspectos de su vida a parte del trabajo y que tan satisfecho está con ellos, los diferentes roles que

tiene en su vida y que es lo que más le agrada y da satisfacción de cada uno, los hitos de su vida y cómo los enfrentó, descubrir las tendencias de su personalidad (por medio de las seis tendencias de Holland), involucrar a las personas de confianza en ese proceso de autodescubrimiento y finalmente una declaración del propósito profesional, que es a su vez el valor que se le va a dar al cliente, basado en los intereses, competencias y actividades del gusto del lector.

Parte 3. Revisión: Ahora que el lector tiene un conocimiento más consciente de sus intereses, competencias, habilidades el libro “Tu modelo de negocio” propone dos ejercicios que darán como resultado la reinención en donde el lector reflexiona sobre situaciones que le incomodan o le molestan y como puede darles un vuelco positivo cambiando o evaluando las demás perspectivas de dicha situación para inventar algo mejor. En este punto el lector está en la capacidad de redibujar su modelo de negocio personal analizando cada uno de los módulos de su lienzo por medio de un diagnóstico que le permite identificar que tiene que agregar o quitar para cumplir con su propósito.

Parte 4. Acción: El último paso que propone la metodología es probar el modelo de negocio en el mercado, esto implica primero dejar en claro la propuesta de valor profesional, la ayuda que se le va a ofrecer a los clientes, segundo calcular el valor de la propuesta de valor, para finalmente hacer una evaluación con los clientes potenciales de dicha propuesta de valor, con el fin de mejorar e iterar la idea original.

5.1. Primer CANVAS

FIGURA 2. PRIMER CANVAS

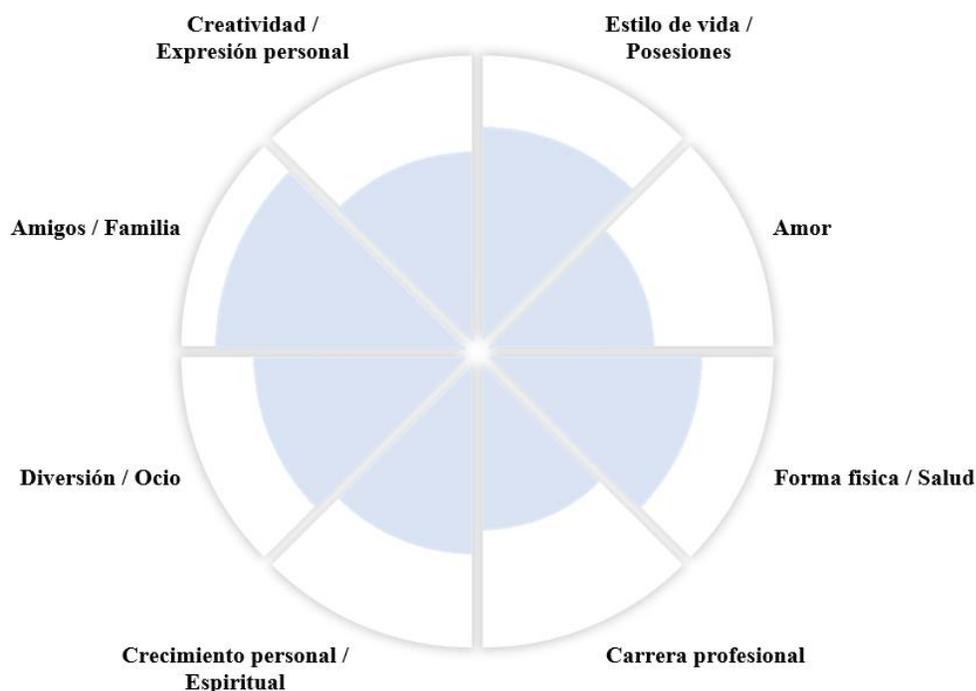
Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i> Administrativa. Compras. Tecnología. Mi mamá. Mi hermana. Lessly Benavides.	Actividades claves <i>¿Qué haces?</i> Definir, gestionar e implementar herramientas digitales y de automatización. Análisis y seguimiento de indicadores. Análisis y optimización de procesos. Transformación digital. Generar el contenido para capacitar y realizar las capacitaciones.	Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i> Diseñar procesos ágiles y productivos enfocados en la transformación digital de la compañía para hacerla competitiva en el mercado.	Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i> Acuerdo de entrega para tareas continuas y periódicas. Servicio personalizado Solución de solicitudes puntuales.	Clientes <i>¿A quién ayudas?</i> Especialista de productividad. Gerente de productividad. Gerentes de tienda. Tiendas. Proveedores de equipos y herramientas.
	Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i> Análisis numérico, de indicadores y de procesos. Negociación. Manejo de Excel. Racionalidad. Empatía. Trabajo en equipo.		Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i> Teams. Teléfono. Correo electrónico. WhatsApp.	
Costes <i>¿Qué das?</i> Gastos en formación. gastos de desplazamiento, gastos de celular y tiempo adicional a la jornada		Ingresos <i>¿Qué obtienes?</i> Salario, bonificación trimestral, auxilio educativo y medicina Prepagada		

Para realizar la primera versión del modelo de negocio, realice una reflexión para cada uno de los módulos las cuales pueden ser visualizadas en el **Anexo A**.

5.2.La rueda de la vida

La rueda de la vida es un proceso de introspección, en el que el sujeto define 8 temas o áreas de interés, por ejemplo: “forma física/salud, carrera profesional, riqueza/dinero, crecimiento personal/espiritual, diversión/ocio, amor, amigos/familia, entorno físico/hogar, creatividad/expresión personal y estilo de vida/posesiones” (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012). Para realizar mi proceso de introspección elegí los siguientes aspectos, los cuales considero son los más importantes en mi vida: Amor, forma física/salud, carrera profesional, crecimiento personal/espiritual, diversión/ocio, amigos/familia, creatividad/expresión personal, estilo de vida/posesiones.

FIGURA 3. RUEDA DE LA VIDA



5.3. Cualquier momento cuando tenía 20 años

Cualquier momento cuando tenía 20 años es una actividad de retrospectión en la que el sujeto se remonta a sus años de juventud y las actividades como juegos, aficiones, deportes, eventos extracurriculares o asignaturas que disfrutaba.

En mi caso personal recuerdo que desde niña siempre pensaba en irme a un lugar lejano y conocer nuevas personas y nuevos lugares, cuando inicié mi vida laboral y tenía la forma de ahorrar empecé a hacer viajes pequeños a Colombia, lo cual significaba mucho para mí porque en mi familia por situaciones económicas nunca nos habíamos dado unas vacaciones, hacerlo por mis propios medios me trajo mucha satisfacción además descubrí que disfruto mucho conocer nuevos lugares, especialmente los lugares más naturales. Me encanta la naturaleza y recuerdo que de niña coleccionaba semillas de eucalipto porque me encantaba el olor, también recuerdo que mientras otras personas dormían en un viaje por carretera, yo disfrutaba viendo el paisaje, las montañas, los árboles y los animales.

Siempre me han gustado los animales y en la mayor parte de mi vida he tenido una mascota, en mi niñez disfrutaba mucho jugar y salir con mi perrita Juana y ya cuando estaba en la universidad pasear con mis perros me generaba y me genera hoy mucha paz. Recuerdo también que siempre he sentido mucha empatía por los perros callejeros y recuerdo que con mi hermana le poníamos nombre a los perros callejeros y uno de ellos se llamaba “Costillas”, le pusimos así porque era muy flaco, fue al primer perrito al que le dimos comida, cuando ambas estábamos terminando la universidad adoptamos una perrita y desde ahí le hemos dedicado tiempo al rescate de perros callejeros. Lo disfrutaba porque sentía que estaba ayudando a seres vivos que lo necesitaban.

En cuanto a las materias que me gustaban y se me facilitaban, en el colegio, desde que recuerdo, se me facilitaron las matemáticas y me gustaba porque era fácil hacer los ejercicios y las tareas, por lo cual eventualmente me decidí a estudiar una ingeniería, sin embargo, la clase que más disfrutaba era historia y recuerdo que en primaria quería ser arqueóloga y antropóloga, otra clase que me gustaba mucho eran las clases relacionadas con arte o manualidades y actualmente es una práctica que tengo cuando quiero desestresarme y pensar. De niña no encontré gusto por un deporte en específico, recuerdo que me daba miedo que me lastimaran en los partidos, sin embargo, disfrutaba mucho las clases de natación que tomé desde muy pequeña y aunque odiaba el frío al salir de la piscina me gustaba sumergirme y nadar.

Una actividad que disfrutaba mucho era ir al cine y recuerdo que cuando tenía que decidir qué carrera debía estudiar, quería estudiar cine y televisión, porque me parecía increíble cómo se podían crear mundos completos narrados en 2 horas, pero no me anime a decirle a mis papás, en ese momento, pensé que no verían bien mi decisión y no la apoyarían, por lo tanto, como se me daban bien las matemáticas opte por seleccionar una ingeniería. Otra actividad que disfruté mucho durante la universidad especialmente fue la de bailar, cada vez que tenía oportunidad lo hacía, incluso tomé algunas clases.

5.4. Roles múltiples

Roles múltiples es una actividad que hace reflexionar al sujeto sobre la pregunta ¿Quién soy? Para esto se deben tomar diez tarjetas y en cada una escribir en la parte superior un rol que se desempeñe, por ejemplo: Madre. Una vez se han identificado los diez roles, en cada tarjeta se debe escribir la razón por la que se seleccionó y que es lo que más te gusta de ese rol.

Finalmente, se debe organizar las hojas en orden de prioridad, en donde la identidad de mayor importancia para la persona estará de primeras y la menos importante al final.

En el desarrollo de la actividad identifique los siguientes roles importantes en mi vida:
hija, hermana mayor, dueña de perros, nieta, madrina, amiga, ingeniera, analista, capacitadora,

FIGURA 4. ROLES MULTIPLES

1. HIJA	2. HERMANA MAYOR	3. DUEÑA DE PERRITOS	4. NIETA	5. MADRINA
Enseñanza Confianza Seguridad Amor incondicional Disciplina Consejos Refugio Incondicionalidad Reflexión	Ser el apoyo de alguien Sentimiento de proteger a alguien Camaradería Mejor amiga Complicidad Confianza Trabajo en equipo Compañía Incondicionalidad Reflexión	Aventura Ser responsable de alguien Paciencia Seguridad Compañía Agradecimiento Enseñanza Amor incondicional Incondicionalidad Reflexión	Amor alcahueta Consejos Disfrutar Historias Sazón Incondicionalidad	Enseñanza Agradecimiento Admiración Sentimiento de proteger a alguien Paciencia
6. AMIGA	7. INGENIERA	8. ANALISTA	9. CAPACITADORA	10. MELOMANA
Confianza Confidencia Disfrutar - celebrar Bailar Incondicionalidad	Des complicado Permanecer activo Fortalecer mis habilidades de análisis Precisión Aprendizaje constante Sustento Interacción con personas Respeto	Aprendizaje constante Retos Interacción con personas Permanecer activo Investigación Diseño de soluciones Trabajo en equipo Respeto	Exposición Confianza Respeto Credibilidad Enseñanza Aprender de otros	Relajación Reflexión Sentir Bailar

Los denominadores comunes que encuentro dentro de los roles que considero más importante en mi vida son: Enseñar, Confianza, Amor, Sentimiento de protección, Camaradería, Trabajo en equipo, Aprendizaje constante / Aprender de otro, Complicidad, Interacción con otras personas, Bailar, Reflexión, Aventura / Retos, Permanecer activa, Análisis e investigación y Admiración y cariño.

Con el ejercicio de múltiples roles es posible contestar a la pregunta *¿Qué elementos debo incluir en mi carrera profesional para que me sienta feliz, útil y eficaz?* Para lo cual concluyó que los elementos que debo incluir es el análisis e investigación retadoras que permita e involucre la relación con otras personas y de esta manera poder aprender de ellos y también compartir mis conocimientos. Todo lo anterior debe basarse en el principio de aprendizaje constante, el trabajo en equipo y la camaradería.

El libro sugiere realizar unos lienzos con algunos de los roles seleccionados así, ver de qué manera cambian con respecto al lienzo original y decidí hacerlos para mis roles más personales: modelo de negocio como hija (**Anexo B**) y modelo de negocio como hermana mayor (**Anexo C**). Con este ejercicio empiezo a ser consciente que, en cada rol, tengo un cliente diferente y que este espera un valor añadido diferente al que le doy a otros y seguramente en muchas ocasiones al no ser consciente de esto le estoy dando un valor a mis clientes que no es el que realmente esperan, porque no estoy haciendo la diferenciación de los nueve módulos del modelo de negocio en cada uno de mis roles.

5.5. Descubrimiento de la línea de vida

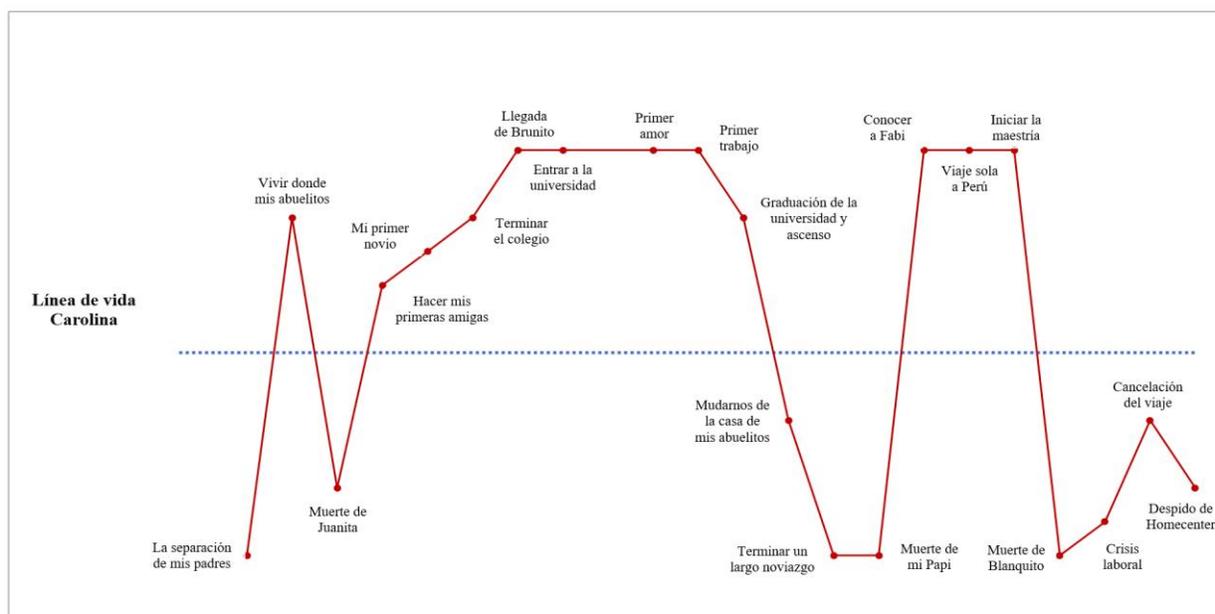
De acuerdo a los autores del libro “Tu modelo de negocio”, el descubrimiento de la línea de vida es una herramienta de retrospectiva que ayuda a definir y estudiar tres factores claves: intereses, competencias y habilidades y personalidad (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012).

Esta actividad está dividida en dos partes, primero se deben anotar los momentos álgidos y bajos de la vida tanto personal como profesional, los cuales pueden estar relacionados con el trabajo, cambios de carrera, la vida social, el amor, las aficiones, los estudios, hitos o momentos

que estén relacionados con emociones fuertes. Todos estos momentos se anotan en una línea temporal. Finalmente, en el segundo paso se describen cada uno de los acontecimientos con una o dos frases concisas utilizando palabras de acción con el objetivo de encontrar factores de satisfacción profesional, intereses, habilidades, competencias y valores, es importante dar algo de contexto a cada uno de los acontecimientos.

Al realizar el trabajo de retrospectiva de los hitos y acontecimientos de mi vida que están relacionados con emociones fuertes son en total 22, los cuales están relacionados con aspectos familiares, la pérdida de seres queridos, la culminación e inicio de ciclos académicos, situaciones laborales importantes y viajes importantes en mi vida. En la ilustración 2. Línea de vida Carolina, es posible visualizar cuales generaron en mi mayor entusiasmo y cuáles por el contrario fueron menos placenteras.

FIGURA 5. DESCUBRIMIENTO DE LA LÍNEA DE VIDA



Acontecimiento uno. La separación de mis padres: Este acontecimiento me enseñó a enfrentar situaciones difíciles de frente y que a pesar de sentirse triste es importante levantarse y seguir adelante. También me sentía desorientada por los grandes cambios que sucedieron a partir de la separación.

Acontecimiento dos. Vivir donde mis abuelos: Después de la separación de mis padres, mi hermana, mi mamá y yo nos mudamos a la casa de mis abuelos, aprendí a ser independiente y responsable de mis cosas ya que mi mamá trabajaba y estudiaba y no tenía mucho tiempo para ayudarnos con las tareas. También aprendí y ayudé con los deberes de la casa, aunque en realidad no es algo que me gustó hacer del todo.

Acontecimiento tres. Mi primera mascota: Mi tío llevó una perrita a la casa y se llamaba Juana, era una Basset Hound. El tiempo que compartí con ella me hizo perder el miedo a los perros, porque les tenía mucho miedo. Con mi hermana jugábamos todo el tiempo con ella y nos inventábamos juegos, con su muerte entendí que la vida tenía un fin y debemos cuidar a quienes queremos.

Acontecimiento cuatro. Mis primeras amigas: Siempre he sido una persona introvertida y en los primeros años del colegio me costaba mucho hacer amistades, cuando pase a bachillerato una de mis amigas más cercanas fue trasladada a otro colegio y las demás quedaron en otro salón. Cuando empecé a hacer nuevas amigas me sentí parte de un grupo en el que teníamos mucho en común y me divertí mucho pasando y compartiendo el tiempo con ellas.

Acontecimiento cinco. Mi primer novio: Tenía 15 años y estaba en noveno de bachillerato, mi mejor amiga del colegio, Camila, propició un noviazgo con uno de sus primos.

Fue un noviazgo corto, pero fue muy incómodo porque era la primera vez que le decía a mi mamá que salía con alguien. También recuerdo que evite el contacto con él, primero porque era muy tímida y segundo me incomodaba la cercanía.

Acontecimiento seis. Terminar el colegio: Terminar el colegio fue una bomba de emociones, me sentía triste de dejar atrás a las amigas que tanto me había costado hacer y también tenía miedo de lo que me esperaba en la universidad. En ese momento me dejé llevar por lo que era “correcto” hacer y no por lo que realmente me gustara o deseara hacer y de alguna manera permití que los demás por su experiencia tomarán decisiones por mí.

Acontecimiento siete. Llegada de Bruno: Mi papá nos visitaba la mayoría de los fines de semana, un día que nos subimos a su carro nos tenía una sorpresa, era un pequeño perrito al que llamamos Bruno. En esta etapa de mi vida aprendí a ser responsable por alguien diferente a mí y distribuir mi tiempo para cumplir con los deberes de la universidad y cumplir con las responsabilidades que acarrea tener una mascota.

Acontecimiento ocho. Entrar a la Universidad: En el 2008 ingresé a la Universidad Central para estudiar Ingeniería Industrial, estaba llena de expectativas y planeé y soñé mis próximos años basada en la carrera profesional que iba a tener. Construí amistades muy sólidas que han permanecido en el tiempo, descubrí un mundo diferente en muchos sentidos, porque durante el colegio mi familia me protegió mucho y fue la primera vez que me enfrenté a muchas situaciones sola y tuve que tomar decisiones por mí misma.

Acontecimiento nueve. Primer amor: Se llama Milton y lo conocí en la Universidad y como vivíamos cerca tomábamos el mismo bus. Nos empezamos a conocer en el trayecto de

regreso a casa. Con él sentí un amor inocente y me comprometí seriamente con ese sentimiento y con él. Por primera vez expresé mis sentimientos y emociones a una persona y entendí la importancia de decir lo que sientes a pesar de tus miedos, sin embargo, aún me cueste hacerlo.

Acontecimiento diez. Primer trabajo: Estaba en séptimo semestre y aunque mi mamá no estaba de acuerdo decidí en hacer mi horario de la universidad en la noche y empecé a buscar mis prácticas, tras 3 meses de búsqueda me contrataron en Homecenter como Practicante de procesos. Ahorre durante las prácticas y por primera vez me compre algo valioso para mí, un computador. Organice mi tiempo entre la Universidad y el trabajo, sin embargo, al principio fue muy difícil. Me intimidó tratar con personas profesionales y con mucha experiencia, pero finalmente esas personas me ayudaron a enriquecer mis conocimientos y habilidades.

Acontecimiento once. Graduación de la Universidad y ascenso: En el 2013 llega el tan anhelado grado, agradecí los 5 años que habían transcurrido, porque eran los que me habían dado la experiencia y vivencias que me habían llevado a ese día. Unos meses después de mi grado recibí la noticia que iba a tener un ascenso, estuve orgullosa de mí misma, porque sentía que era algo que yo misma había forjado y construido, al principio las nuevas funciones y responsabilidades me abrumaron, pero con el tiempo aprendí a manejar las situaciones que me causaban estrés y resalte en varias cosas que hacía en el trabajo.

Acontecimiento doce. Mudarnos de la casa de mis abuelitos: Mi mamita había cumplido el sueño de comprar su propia casa y en 2013 nos mudamos a la nueva casa. Festeje la idea de tener mi propio espacio, porque siempre había compartido habitación con mi hermana, sin embargo, extrañaba a mis abuelos y a mis tíos.

Acontecimiento trece. Terminar un largo noviazgo: Tras ocho años de noviazgo la relación se terminó y aunque los primeros meses me perdí, decidí que era una oportunidad para pensar en mí misma y fijé nuevos proyectos encaminados en mi futuro. Aprendí a desenvolverme en varios escenarios en los que antes me “recargaba” de la otra persona. Finalmente encontré un punto de equilibrio en el que me sentía feliz conmigo misma.

Acontecimiento catorce. Muerte de mi papi: En 2017 mi abuelito tuvo una gripe por la que tuvo que ser hospitalizado, la gripe se convirtió en neumonía muy fuerte y tras una serie de complicaciones falleció. Sentí por primera vez el dolor intenso de perder definitivamente a una persona que amas y lo importante que es estar en los momentos difíciles para ellos. Acompañe a mi familia en los trámites y de alguna manera ayudar. Aprendí que lo que te enseña y te hace sentir una persona se queda para siempre contigo.

Acontecimiento quince. Conocer a Fabi: Después de algunas relaciones que eran lo que yo quería realmente, conocí a Fabian en el trabajo. Me atrajo su espontaneidad y que es un hombre arriesgado. Encontré formas diferentes de acercarme a alguien, salí de mi zona de confort en muchos sentidos.

Acontecimiento dieciséis. Viaje sola a Perú: Mi viaje a Perú fue muy enriquecedor, además de que fue mi primera experiencia de un viaje sola. Confié en las personas y en sus buenas intenciones, me atreví a acercarme a las personas y vencer mi timidez y mis miedos, me enfrenté a situaciones sola y probé que soy capaz de lograr muchas cosas por mi cuenta. Extraño compartir algunos momentos con personas que son especiales para mí.

Acontecimiento diecisiete. Iniciar la maestría: Después de pensarlo por algunos años decidí hacer la maestría en Gerencia de la innovación empresarial en el Externado de Colombia. Conocí a personas que, por tener diferentes profesiones a la mía, me mostraron una nueva perspectiva en varios temas, aprendí a pensar diferente y a ser más crítica frente a algunas situaciones y tuve fuertes enfrentamientos conmigo misma en donde me cuestioné varios aspectos de mi vida. Actualmente todo esto me está ayudando a replantear mi vida.

Acontecimiento dieciocho. Muerte de blanquito: Brunito ya tenía 10 años y estaba medicado desde hace unos años por una enfermedad, después de una cirugía su salud empeoró y finalmente falleció. Con él aprendí a hacerme cargo de alguien y con su muerte fui capaz de dar fortaleza a mi hermana y comprendí que tenía un rol importante en mi casa.

Acontecimiento diecinueve. Crisis laboral: A finales del año 2019 unos cambios en la Gerencia generaron mucha tensión. El ambiente y la relación con los demás se tornó agresiva y fue muy difícil trabajar bajo esas circunstancias. Algunas personas me defraudaron, ya que ante una situación difícil decidieron atacar a los demás, me sentía decaída y mi rendimiento. Deseé salir de allí, pero finalmente temí por mi estabilidad y decidí quedarme.

Acontecimiento veinte. Cancelación del viaje: Todo parecía planeado para el nuevo año, tenía programado un viaje de estudio para Barcelona y una vez terminara mi hermana llegaría y haríamos un recorrido por algunos países de Europa, pero ocurrió la pandemia y se canceló. Me frustró el hecho de planear algo con tanto entusiasmo y que no saliera. Con el aislamiento cambie y diseñe un nuevo plan de autoestudios en temas que me interesaban y también empecé a leer y estudiar sobre historia.

Acontecimiento veintiuno. Despido de Homecenter: Tras un 2019 difícil laboralmente y después la pandemia presentí la posibilidad de mi despido, cuando finalmente ocurre, sentí melancolía por los años que pasé allí y me decepcione de mí misma y al principio culpe a los demás. Unas semanas después encontré la pasa que desee por mucho tiempo y estoy intentando diseñar un proyecto de vida que me ayude a sentirme plena.

5.6.Reconocer intereses

El descubrimiento de la línea de vida ayuda a realizar un autodescubrimiento al reconocer los intereses de la persona que realiza la actividad. Al revisar todos los acontecimientos importantes de acuerdo al libro “Tu modelo de negocio”, es posible responder a las siguientes preguntas: ¿En qué contexto se enmarcan? ¿Qué actividades o acciones implicaba? ¿Qué otros denominadores comunes apuntan a áreas de interés específico? ¿Hay alguna coincidencia entre las áreas de interés sugeridas y los resultados de la rueda de la vida?

Al realizar la actividad anterior: Descubriendo mi línea de vida, encuentro en varios de los acontecimientos de forma repetitiva las siguientes acciones: Aprender, analizar, sentir, enfrentar, compartir, entender, planear, comprometerse, tomar decisiones, confiar, plantear, diseñar, temer, conformar, decaer y evitar.

Teniendo en cuenta estas acciones y el análisis de los acontecimientos importantes de mi vida lo que puedo reconocer de mí misma es: Mis momentos de mayor satisfacción tienen en común el aprendizaje y son precisamente los momentos en que inició algo nuevo en donde me puedo enfrentar a nuevas situaciones que me retan a adquirir nuevos conocimientos. Disfruto compartir con las demás personas y ser parte de un equipo por lo que tengo preferencia en

trabajar en equipo sobre el trabajo individual, de esta manera mi nivel de compromiso y responsabilidad es mayor porque el resultado de mi trabajo afectaría de forma positiva o negativa el objetivo que tenemos en común.

Tengo preferencia en actividades que estén relacionadas con analizar situaciones que me permitan plantear soluciones a un problema, interactuar con otras personas que me permitan aprender de sus experiencias y conocimientos. En cuanto a la toma de decisiones en este punto de mi vida prefiero actuar de acuerdo a mi experiencia a que los demás me digan lo que debo hacer, esta última me frustra un poco porque no me permite analizar la situación.

Soy una persona muy sensible y tiendo a afectarme personalmente por situaciones que no controlo y a pesar de que me gustan las nuevas situaciones en las que puedo aprender soy temerosa de salir de mi zona de confort.

5.7.Fortalezas y habilidades – ambiente personal

En el libro “Tu modelo de negocio” se plantea una tabla para identificar las competencias y habilidades, dicha tabla cuenta con las siguientes cinco categorías: Trabajo de contabilidad, Anunciar, Analizar, Montar, Asistir/organizar evento y Debatir; cada una de estas categorías tiene 11 actividades.

El objetivo de esta tabla es que después del análisis de los acontecimientos importantes, se identifiquen en cada una de las categorías las actividades que efectivamente se han realizado en la línea de vida y quedaron plasmadas en el análisis. A continuación, se relaciona la tabla diligenciada teniendo en cuenta las acciones y actividades identificadas en la realización y análisis de la línea de vida.

Tabla 2.

Identifica tus competencias y habilidades

Trabajo de contabilidad	Anunciar	Analizar	
Auditar	Creatividad artística	Realizar investigación independiente	1
Procesamiento de datos	1 Conceptualizar	1 Desarrollar preguntas	1
Calcular	1 Crear arte o publicaciones	Diagnosticar	1
Hacer inventario	1 Desarrollar ideas	1 Participar en concurso o feria científica	
Gestionar oficina	Diseñar edificios o muebles	Investigar	1
Controlar maquinaria	Escenificar, actuar	Trabajo de laboratorio	
Programar ordenador	Editar	Leer publicaciones técnicas o científicas	
Comprar	1 Tocar música o bailar	Resolver problemas técnicos o científicos	
Registrar/transcribir	Realizar curso de bellas artes	1 Estudiar materia especializada	
Trabajo de secretariado	Sacar fotos	Realizar curso de ciencia	
Realizar curso de negocios	1 Escribir/publicar	Escribir o editar artículo técnico	1
	5	3	5

Montar	Asistir / organizar eventos	Debatir	
Construir estructura	1 Pertenecer a club social	Emprender	
Cuidar animales	1 Cuidar niños o ancianos	Dirigir personas	
Conducir vehículos	1 Coordinar	1 Negociar	1
Reparación eléctrica / mecánica	Asesorar	Participar en campaña política	
Reparar objeto	Empatizar	1 Persuadir / influenciar	1

Planificar	1	Presentar	1	Promocionar	1
Medir o navegar	1	Entrevistar	1	Dirigir negocio propio	
Realizar curso vocacional		Hacer amigos	1	Vender	
Arreglar equipo		Participar en servicio religioso		Hablar en público	1
Usar herramientas / equipo pesado	1	Enseñar, instruir	1	Supervisar / dirigir a otros	1
Trabajar al aire libre	1	Trabajar como voluntario	1	Realizar curso de administración	1
	7		7		6

Al totalizar cada una de las categorías el resultado es el siguiente: Trabajo de contabilidad (5), Anunciar (3), Analizar (5), Montar (7), Asistir/organizar evento (7) y Debatir (6). En los siguientes pasos de esta actividad se explicará cómo se utilizan los resultados de cada categoría.

Una vez se han identificado las actividades dentro de cada categoría a continuación se relacionan las diez actividades principales organizadas en orden de prioridad: Coordinar, procesamiento de datos, conceptualizar, empatizar, diagnosticar, investigar, cuidar animales, desarrollar ideas, supervisar/dirigir a otros y escribir o editar documentos y ahora es posible identificar también las 5 actividades favoritas: Empatizar, enseñar/instruir, cuidar animales, realizar cursos de bellas artes e investigar/diagnosticar. Por último, con los resultados de las actividades principales y favoritas es posible identificar actividades que te entusiasman y que puedes hacer en el trabajo, personalmente identifique las siguientes: Desarrollar ideas, coordinar, diagnosticar/investigar, empatizar y cuidar animales.

Jhon Holland psicólogo estadounidense sostenía que “los intereses vocacionales son una expresión de la personalidad. Es decir, las profesiones representan una forma de vida, un entorno, más que un conjunto de funciones o competencias” (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012),

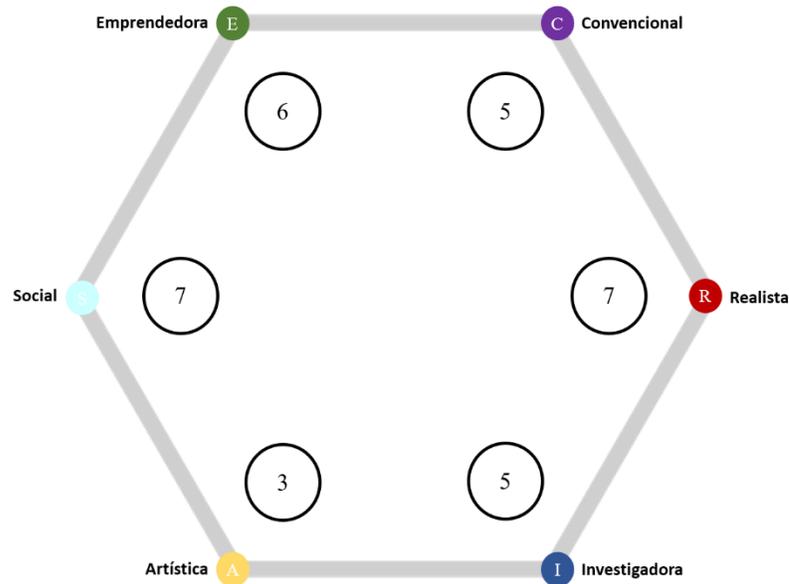
de acuerdo a las seis tendencias de Holland y a las categorías que se encuentran a la tabla a continuación se resume cómo están relacionadas entre sí y qué características tienen:

Tabla 3.

Las seis tendencias de Holland

Categoría	Tendencia de personalidad	Preferencias	Habilidades	¿Qué evita?
Trabajo de contabilidad	Convencional	Organizar y procesar datos	Administrativas y/o informáticas	Situaciones ambiguas, libres o no estructuradas.
Anunciar	Artística	Manipular materiales para crear productos o formas de arte.	Artísticas, lingüísticas o musicales.	Actividades estructuradas o profesiones convencionales.
Analizar	Investigadora	Investigar fenómenos físicos, biológicos o culturales.	Científicas o matemáticas.	Actividades propias de situaciones empresariales.
Montar	Realista	Trabajar con herramientas, máquinas o animales.	Mecánicas y deportivas.	Actividades propias de situaciones sociales.
Asistir/organizar evento	Social	Trabajar con personas a las que puede informar, educar, ayudar o curar.	Interpersonales o educativas.	Actividades propias de situaciones realistas.
Debatir	Emprendedor	Influir o dirigir a otras personas para alcanzar objetivos y obtener una ganancia.	Liderazgo y persuasión.	Situaciones que requieran investigación.

Como se mencionaba anteriormente y teniendo en cuenta que los intereses son una expresión de la personalidad, a continuación, se van a analizar los resultados de las actividades en cada categoría, la cual, como vimos, está asociada a una tendencia de la personalidad. En el hexágono de Holland se resumen los resultados:

FIGURA 6. TENDENCIAS DE PERSONALIDAD DESTACADAS

Realizando el ejercicio de competencia y habilidades, intereses y tendencias de la personalidad me es posible llegar a tres conclusiones:

- Las competencias y habilidades que más desarrolladas tengo son: Procesamiento de datos, conceptualizar, desarrollar ideas y soluciones, empatizar, negociación y buen trabajo en equipo.
- Mis intereses están centrados en: Automatización y digitalización de los procesos, sostenibilidad, los animales y el aprendizaje continuo.
- Con el análisis de tendencias de personalidad, me di cuenta que soy una persona social, realista, emprendedora y convencional. Trabajo con personas que analizan procesos y buscan la mejor manera de ejecutarlos con ayuda de la tecnología. Para el análisis de las situaciones valoro los datos y su procesamiento. Me doy cuenta también que a pesar de ser una persona introvertida disfruto mucho de las actividades que implican a otras personas y trabajar en

equipo, disfruto organizar las actividades y el contacto con las personas, ya que me permite aprender nuevas cosas. Me gusta crear nuevas ideas a partir de información y su análisis.

5.8. Qué clase de persona soy

Hasta el momento este proceso de autodescubrimiento se ha realizado por medio de la introspección, pero es importante incluir también a amigos, compañeros, jefes o padres que conozcan tu personalidad y carácter. Para realizar esta actividad el libro “Tu modelo de negocio” propone un listado de cualidades, primero la persona identifica diez o doce cualidades que considera lo caracterizan y después les pide a algunas personas de confianza que lo hagan, de esta manera es posible ver la percepción de los demás y encontrar algunas similitudes.

Del ejercicio personal considero que las cualidades que más me caracterizan son las siguientes:

- **Alegre:** Siempre intento ver el lado positivo de las cosas y ser feliz con lo que tengo.
- **Amable:** En mi casa siempre me enseñaron a ser cordial con las personas sin importar su edad, trabajo, gustos o preferencias.
- **Autocrítico:** Tiendo a ser muy dura conmigo misma, evaluo y pienso mucho en mis actos, en especial a los que considero malos.
- **Callada:** Me recuerda siempre como una persona de muy pocas palabras, algo por mi timidez, pero también porque soy una persona muy reservada.
- **Calmada:** Antes de actuar de una manera impulsiva, me siento más a gusto evaluando la situación con cabeza fría. Es bueno en algunos momentos, pero también a veces hace que pierda oportunidades.

- **Independiente:** Me gusta y prefiero tomar decisiones por mí misma y así sé que soy la única responsable de mis actos.
- **Leal:** Siempre pongo por encima de todo a las personas que amo y son importantes en mi vida y me gusta esta para ellos cuando lo necesiten.
- **Reservada:** Me cuesta mucho hablar de ciertos aspectos de mi vida, incluso a personas en las que confié, creo es en parte porque no me gusta que juzguen la forma en la que llevo mi vida.
- **Sencilla:** No me gusta ser una persona de apariencias, prefiero ser y verme como una persona jovial y alguien con quien te de confianza hablar.
- **Sensible:** Aunque me cuesta expresar mis sentimientos, me siento muy conectada a ellos. En ocasiones permito que algunas situaciones me afecten mucho.
- **Tímida:** Me cuesta mucho los escenarios que no conozco y entrar a las personas, prefiero que los demás se acerquen a mí por primera vez.
- **Trabajo en equipo:** Siento que me involucro más en un proyecto y me esfuerzo más cuando el resultado es colectivo y afecta a varias personas y no solo a mí.

Le pedí a cuatro personas que me ayudaran con el ejercicio y estas son las cualidades con las que me relacionan, en el **Anexo D**, **Anexo E** y **Anexo F** se encuentra el detalle de cada una de las entrevistas:

Tabla 4.

Resultado del listado de cualidades

Daniel (amigo y compañero de estudios)	Melissa (amiga)	Lesly (jefe)	Felipe (amigo y compañero del trabajo)
Generosa	Adaptable	Valiente	Bondadosa
Introspectiva	Auto motivado	Muy sensible	Creativa
Imaginativa	Aventurera	Organizada	Carismática

Sencilla	Colaboradora	Creativa	Modesta
Practica	Comprometida	Tranquila	Humana
Sensible	Con iniciativa	Receptivo	Fiable
Simpática	De confianza	Comprometido	Comprometida
Racional	Leal	Generosa	Disciplinada
Tímida	Perseverante	Empática	Trabajadora
Cooperativa	Resistente	Humano	Sencilla
Curiosa	Talentosa		Amable
De confianza	Humana		
Agradecida			
Analítica			
Alegre			

5.9. Como gasto la mayoría de mi tiempo

Parte del diseño de modelo de negocio personal y profesional requiere que las personas identifiquen el significado del trabajo en sus vidas, para ayudar al lector el libro “Tu modelo de negocio” recopila cuatro significados que se han usado tradicionalmente por los expertos, los cuales se explican brevemente a continuación:

Trabajo como empleo: Básicamente el trabajo es el medio para conseguir otro fin y no hay “demasiado interés ni implicación personal” (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012). Sin embargo, esto no implica que la persona no tenga sentimientos de competencia y satisfacción profesionalmente, sumado a que el trabajo es el sustento del desarrollo de otros aspectos de la vida.

Trabajo como trayectoria profesional: La motivación es principalmente el deseo de éxito, logros y estatus. Para estas personas el trabajo puede ser una fuente de sentido y realización de vida, “es una forma de crear, definir, expresar, demostrar y glorificar su yo” Baumeister (como se citó Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012)

Trabajo como llamada: El trabajo está relacionado con un deber que la persona se siente llamada a cumplir ya sea por externos o por el mismo.

Trabajo como realización: El trabajo está centrado en los intereses personales, sin que sea importante la recompensa económica de realizar su trabajo, el reconocimiento o el prestigio.

Una vez el lector conoce los diferentes significados del trabajo en la vida de las personas, está en la capacidad de reflexionar y contestar algunas preguntas sobre el lugar del trabajo en su vida, como, por ejemplo: ¿Qué función desempeña el trabajo en tu vida actual? ¿Es un empleo, una trayectoria profesional o una forma de realización? ¿Qué relación hay entre el lugar que el trabajo ocupa en tu vida actualmente y tus creencias sobre su verdadero significado?

En mi caso personal al reflexionar sobre estas preguntas, me doy cuenta que últimamente mi trabajo era el medio con el cual podía adquirir recursos para hacer las cosas que quería y me daban satisfacción. Sin embargo, considero que en la mayoría de mi trayectoria profesional es una mezcla entre empleo y forma de realización, si bien una de las motivaciones es el salario, el cual me permite adquirir las cosas que deseo y cumplir con responsabilidades económicas también me da un sentimiento de pertenencia y orgullo de pertenecer a un equipo en el que puedo aportar mis conocimientos y mis experiencias para ayudarlo cada día a ser mejor, aprender de otras personas y también enseñar.

Recientemente, aunque el trabajo era el medio para enriquecer otros aspectos de mi vida, se volvió el todo y eso me agobio, y a pesar de que el trabajo había sido muy importante para mí y lo disfrute mucho en otras circunstancias, se empezó a convertir en lo único que hacía y en lo único que pensaba, se convirtió en algo que sentía ya no podía manejar y me afectó en otras

áreas de mi vida. Por esto al reflexionar sobre esto me doy cuenta, que para mí el verdadero significado de un trabajo es un lugar en donde tus conocimientos, habilidades y competencias aportan a un bien común y que alcances tus objetivos personales fuera y dentro del trabajo. El trabajo también debería darte un sentimiento de realización y orgullo, no solo de pertenecer si no de uno mismo. Y finalmente es una actividad que te permite cultivar las demás áreas de tu vida que son importantes y valiosas para ti.

5.10. Propósito de carrera

El descubrimiento del propósito es fundamental para la modificación o el rediseño del modelo de negocio personal, ya que declara la intención y el objetivo que se pretende alcanzar. Así mismo, el engranaje entre el propósito y el trabajo potencializa la carrera profesional y aumenta la satisfacción personal.

Para encontrar este propósito, el libro “Tu modelo de negocio” propone tres actividades: ¡Escribe un artículo sobre ti! En el cual el lector inventa un artículo sobre sí mismo de como se ve en dos años; Las tres preguntas, las cuales se desarrollarán más adelante en el capítulo 5.10.2. y Tu nueva vida, un ejercicio que sitúa a la persona en el caso hipotético en el que recibe una herencia muy generosa ¿qué haría? ¿a quién ayudaría? ¿Cómo viviría la vida? Al realizar estas actividades es posible hacer la declaración del propósito.

5.10.1. Cubrimiento de mi historia

David Sibbet creó este ejercicio, para que las personas activen su imaginación e inventen un reportaje sobre ellos mismos situado dos años en el futuro, la idea es que cada persona establezca una relación entre sus propósitos e intereses primordiales.

¿Cómo se llama el medio? Elige una revista, un periódico o un programa real en el que estarías orgulloso de aparecer.

Me entrevistan de la revista Bacánika, para hablar sobre el diseño de un modelo de negocio innovador alrededor de la alimentación canina que iniciamos con mi hermana y mi mamá. El modelo de negocio surge con la idea de crear un emprendimiento familiar y ayudar al bienestar de las mascotas.

¿De qué trata el artículo? ¿Por qué apareces?

El artículo se llama: ***Galu: Cocinamos para tu mascota.*** En mi casa desarrollamos una pasión por los animales, principalmente los perros, Mi hermana llevaba unos seis años trabajando con perros y formándose para sus cuidados. En medio de la pandemia, algunas necesidades económicas y la afición mutua por las mascotas decidimos desarrollar un menú de snacks naturales para mascotas. Iniciamos cocinando en la casa y vendiendo a los clientes que tenía mi hermana como paseadora.

Al pasar los meses conseguimos un lugar más grande para cocinar y vendemos nuestro producto en redes sociales y por nuestra página, actualmente estamos planeando la inauguración de nuestra primera tienda física en la que contamos con chefs caninos especializados y unas dietas y alimentos diseñados por nutricionistas, este es un espacio en el que podrás compartir con tu mascota y ambos disfrutar de un delicioso snack.

Escribe varias citas de la entrevista. Incluso podrías crear un collage con citas, insertos (laterales), recortes de revistas o gráficos.

Revista Bacánika: ¿Por qué comida saludable para mascotas? Mi hermana se había informado sobre comida natural y nuestros perros ya tenían una dieta natural, nos dimos cuenta de cómo su salud mejoró y que disfrutaban mucho de comer. De allí surge la idea y nos empezamos a dar cuenta que otras personas lo hacían y también que había personas dispuestas a cambiar la dieta de sus mascotas.

“Queremos abrir un espacio donde no solo seas bienvenido con tu mascota, si no que esté adecuado para sentirse a gusto con ellos y que tu mascota se sienta cómoda y puedan compartir actividades juntos”

5.10.2. Las tres preguntas

Recuerda varios momentos en los que te sentiste realizado ¿Qué hacías? ¿Por qué fue tan reconfortante? Describe los sentimientos con la máxima precisión que puedas.

Son varios los momentos en los que me sentí realizada como personas y como profesional, destacó seis, los cuales voy a describir a continuación:

Buscar empleo por primera vez: Estaba en séptimo semestre de la universidad y me preocupaba terminar la carrera sin experiencia laboral, además a pesar de que mis padres se hacían cargo de todos mis gastos quería ganar mi propio dinero. Para hacerlo pase mi horario a la noche, aunque mi mamá no quería. Esta decisión me reconforta porque fue la primera decisión que tomé por mí misma y aunque mis papas me lo daban todo yo quería esforzarme para conseguir las cosas por mi cuenta. Me sentí orgullosa e independiente.

Mi ascenso en Homecenter: Me había graduado hace unos meses y sentía que aún no estaba profesionalmente en donde quería, tuve una muy buena jefe y me ayudó a mostrar mi trabajo y a potencializar algunas competencias, meses después tuve un ascenso. En ese momento me sentí agradecida y fue la primera vez que tenía una mentora. Estaba muy orgullosa de mí misma y en ese momento fue cumplir una meta que deseaba desde hace mucho tiempo. Me enfrenté a varias responsabilidades y retos que al principio me costaron mucho, pero con el tiempo fui aprendiendo y logré manejar los nuevos retos.

Iniciar la maestría: Llevaba varios años pensando en estudiar un posgrado en parte porque lo veía como un requisito para seguir avanzando en mi carrera profesional y también el deseo de volver a estudiar ya que lo disfruto mucho. Cuando hice la solicitud, todo el proceso me emocionó, así como la idea de estar de nuevo en la universidad, conocer nuevas personas y aprender cosas nuevas. Los dos años de la maestría me enseñaron muchísimo, no solo académicamente, si no a ver las cosas desde otro punto de vista, ya que conocí personas de otras profesiones y me aprendí de ellos a analizar las cosas desde otros puntos de vista, también aprendí a ser más crítica frente a varias situaciones que antes no me incomodaban.

Viaje a Perú: En un impulso compré unos tiquetes a Perú solo para mí, eran tan solo tres semanas, pero después al pensarlo con cabeza fría me aterraba estar en un lugar lejos de mi casa sola y pensé varias veces en cancelar todo, sin embargo, mi deseo de realizar el viaje finalmente ganó. Cuando inicié el viaje me di cuenta que no tenía nada que temer y me permite confiar en las personas y en mi propio instinto. Claro, a veces tuve miedo por el hecho de ser una mujer sola, pero hoy me enorgullece que me enfrenté a situaciones por mí misma. Me sentí valiente, aventurera e independiente y me gustaba que personas que no me conocían reconocieran eso en

mí. En algunos momentos extrañé a mi mamá y a mi hermana, pero también me di cuenta que sus sueños son diferentes a los míos.

Sentirme enamorada: Esta relación me dio seguridad y estabilidad emocional. Me alegraba estar con alguien que me respetaba y que compartía conmigo todos los aspectos de mi vida y de su vida, me emocionaba la idea de tener un compañero de vida con el cual podía contar en cualquier circunstancia.

Pechera: Pechera fue un proyecto que me enseñó mucho y me mostró el camino que me gustaría seguir profesionalmente. Me sentía parte de algo que realmente mejoraba el trabajo de las personas y los resultados eran visibles y gratificantes, estaba muy orgullosa de pertenecer a ese equipo. En este proyecto tuve la oportunidad de tomar decisiones importantes y las personas confiaban en ellas y también pude coordinar actividades entre varias personas para dar solución a los retos que se nos presentaban.

Indica uno o más de tus modelos de rol ¿A quién admiras más y por qué? Escribe varias palabras que describen a esa persona.

Al reflexionar sobre esta pregunta encuentro que las personas que admiro son mujeres que destacan en su profesión o rol, y en su mayoría son mujeres que con su ejemplo me han ayudado a guiar mi vida y a comprender qué tipo de mujer quiero ser.

Jane Austen: Es una mujer sensible, que en sus libros muestra el empoderamiento de la mujer en una época donde el machismo era aún mayor al que hay actualmente, es visionaria porque vio más allá de su realidad y plasmó en sus personajes el carácter y fortaleza que más adelante las mujeres tendrían para hacer valer sus derechos como mujer, fue rebelde dándole a

los personajes una personalidad fuerte, capaces de ir en contra de los estándares de su época y finalmente fue valiente porque expresó el sentir de las mujeres de una generación cuando muy pocos lo hacían.

Emma Watson: Admiro de ella que tiene una causa y cree en ella y destaca por ser una de las personas que más lucha por la igualdad de género, en sus discursos siempre refleja su elocuencia e inteligencia. A pesar de ser una mujer muy famosa resalta por su sencillez en todos los sentidos, incluso en la forma en la que viste y en la forma en la que actúa, ya que da la sensación de que no busca reconocimiento, si no que hace lo que le gusta y disfruta.

Amanda Rocha (mi mamá): Admiro a mi mamá porque siempre ha sido una mujer muy trabajadora y gracias a su perseverancia y disciplina consiguió por sus propios medios cumplir sus metas. Es una mujer generosa y noble, que siempre piensa en los demás antes que en ella y siempre tiene la energía para levantarse cada mañana para darlo todo por los demás.

Laura Chía (mi hermana): De mi hermana menor admiro que es una persona que no sigue los esquemas normalizados y siempre busca ser ella sin presión del qué dirán los demás, por lo que no siente miedo en decir lo que piensa. Ama a los animales y decidió dedicar su vida a ellos sin que eso trajera una retribución económica alta, su naturaleza altruista es lo que más destaca en ella.

Lesly Benavides (amiga y compañera de trabajo): Es una mujer estratégica en todos los sentidos, pero me sorprende mucho cómo lo utiliza en la relación con las personas y creo se debe a que es una persona que sabe escuchar y se preocupa genuinamente por los demás y logra conectar con los demás.

¿Cómo te gustaría que te recordasen tus amigos? Apunta alguna de las cosas que esperas que digan de ti cuando ya no estés.

Cuando no esté, me gustaría que me recordaran como una buena amiga con la podían contar en cualquier momento y en la que podían confiar. Que era una persona alegre y de buen humor, que los hacía reír. Me gustaría que me recordaran como una persona que amaba a su familia y a sus perritos y que siempre fueron lo primero en mi vida. Que fui una mujer que luchó por sus sueños y metas y que nunca tuve que pasar por encima de nadie para lograrlo. Que hice mi mayor esfuerzo por ser una buena persona. También que me encantaba bailar, que disfrutaba de las cosas sencillas y los momentos con las personas que quise y amé.

5.10.3. Mi marca – nueva vida

Esta actividad consiste en hacer una reflexión sobre un caso hipotético, en el que un tío deja una herencia millonaria, pero se deben cumplir con dos condiciones para que la entreguen: la primera es que dejes tu trabajo y la segunda es que busques dos tareas de un año cada una.

Primer año, primera tarea. Pasar el año aprendiendo cosas nuevas. ¿Qué aprenderías?
¿Cómo te formarías?

Las cosas nuevas que me gustaría aprender son:

- Estudiar inglés y vivir por lo menos 6 meses en un país de lengua inglesa.
- Tomar clases de piano.
- Hacer ejercicio: tomar clases de natación, hacer ejercicio por lo menos 4 días a la semana y tomar clases de baile.

- Adquirir conocimientos sobre sostenibilidad.
- Adquirir conocimientos sobre emprendimiento: Modelos de negocio, finanzas y marketing digital.
- Estudiar historia.
- Escritura y redacción para iniciar un blog.

Segundo año, segunda tarea. Buscar una causa para apoyar. Tienes un año para investigar, seleccionar una causa o proyecto que realmente te interese y participar en él. Debe ser algo que ayude a la humanidad (barrio, ciudad, país, mundo, el medio ambiente, etc)

Siempre me han gustado los perros y mi familia se ha dedicado por varios años al rescate y cuidado de ellos. Donaría la mitad de mi fondo fiduciario a la creación de un centro de rehabilitación y adopción canina, para los perros en condición de calle en la ciudad de Bogotá.

Otra causa a la que me gustaría aportar es a la situación de desnutrición de los niños en la Guajira, para que sean promovidas algunas ideas innovadoras de cultivos en desierto, por ejemplo, he visto que existen unas “macetas” que permiten tener los cultivos hidratados, esto podría ayudar a disminuir la desnutrición de los niños en esta zona del país.

Tu estilo de vida a partir del tercer año. ¿Qué estilo de vida te gustaría llevar después de realizar las dos tareas encomendadas? ¿Dónde vivirías? ¿Con quién? ¿En qué invertirías el tiempo? ¿A qué actividades te dedicarías? ¿Qué te gustaría conseguir?

El tercer año y uno o dos años más me gustaría viajar a varios países y conocer nuevas culturas, una vez terminado el viaje, me gustaría tener un pequeño hostel cerca del mar en mi país, en donde los viajeros sean bienvenidos con sus mascotas y desde allí enseñar la cultura y

diversidad del país. De alguna manera me gustaría contribuir a disminuir la contaminación de los mares siendo voluntaria en la limpieza de playas y educación de la población respecto al tema, también ayudar a los empresarios locales a organizar los procesos de sus negocios y mejorar la oferta de valor a sus clientes.

5.11. Declaración de propósito

Para la declaración del propósito, la primera actividad a realizar sugerida por el libro “Tu modelo de negocio”, es situarse en la situación de la actividad anterior, en donde se es económicamente independiente. Con esta premisa reflexionar sobre: las actividades a las que te gustaría dedicar más tiempo, a las personas con las que más te gustaría pasar tiempo y cómo ayudarías a otras personas.

Tabla 5.

Declaración de propósito

<p>Actividades Describe tres o cuatro actividades a las que te gustaría dedicar más tiempo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Viajar. ● Desarrollar una habilidad artística como pintar, algo que esté relacionado con el trabajo manual. ● Estudiar temas que sean de mi interés. ● Natación y aprender a bucear.
<p>Personas Identifica a varias personas o grupos con los que te gustaría pasar más tiempo.</p>

- Mujeres empoderadas.
- Profesionales expertos en varios campos.
- Personas en algún proceso de aprendizaje en el que pueda aportar.
- Jóvenes inspiradores.

Ayuda

¿Cómo ayudarás a otras personas? Utiliza tres o cuatro verbos de acción para describir con precisión cómo ayudarás a otras personas.

- Construir en conjunto.
- Compartir mis conocimientos.
- Retar a los demás a ampliar sus metas.
- Apoyar en las buenas y malas.

Con las ideas que se recogieron ahora es posible diligenciar la siguiente tabla, con las acciones de ayuda, las personas o los grupos de personas a los que se desean ayudar y las actividades con las que se va a ayudar.

Tabla 6.

Declaración de propósito

Me gustaría	Ayudar (verbo)	A personas (nombre)	Haciendo una actividad (verbo)
	Viajar	Mujeres empoderadas	Construyendo
	Desarrollar	Profesionales expertos en un campo	Compartiendo
	Estudiar	Personas en proceso de aprendizaje	Retando
	Aprender / Enseñar	Jóvenes inspiradores	Apoyando

Con lo anterior puedo hacer el primer acercamiento a la declaración de mi propósito:

Me gustaría ayudar a profesionales expertos en su campo a construir los procesos de su compañía y desarrollar soluciones para sus clientes de una forma eficiente y sostenible, retándolos a innovar, compartiendo mis conocimientos y experiencias.

5.12. Trascendiendo modelos mentales

“Srikumar Rao, explica que todos vivimos en medio de una corriente constante de discursos internos que refuerzan nuestros modelos mentales de cómo funciona el mundo”. (Clark, Osterwalder, Pigneur, 2012). La percepción que tenemos de las situaciones que nos rodean condicionan nuestra respuesta a todas las circunstancias y eventos que se presentan en nuestras vidas, darle un giro a ese imaginario podría darnos una visión diferente y por lo tanto soluciones diferentes a los retos que se presentan constantemente.

Para iniciar la actividad el libro “Tu modelo de negocio” hace tres preguntas diagnósticas:

- Cuando contemplas tu vida y la dirección que has tomado, la pregunta “¿eso es todo? Surge espontáneamente, haciéndote sentir incómodo. **Respuesta:** SI
- Planeas constantemente poner tu vida en orden *cuando* haya terminado el gran proyecto que tienes entre manos, *cuando* tu madre se recupere de la cirugía y salga del hospital, *cuando* tu hijo madure, *cuando* tu cónyuge encuentre trabajo. **Respuesta:** SI
- Evalúas todos los acontecimientos en función de cómo te afectan. Si tu cónyuge recibe una oferta de empleo excelente, te preguntas cómo afectará a tu relación o, si despiden a tu jefe, te preguntas si te darán el trabajo a ti o como te llevaras con el próximo jefe. **Respuesta:** SI

Al reflexionar sobre las respuestas a las preguntas anteriores, personalmente es evidente la necesidad de hacer un cambio e inventar algo mejor, que me permita sentirme satisfecha con lo que he logrado, porque lo he luchado y trabajado por mis propios medios y dejar de otorgarle al “destino” el cumplimiento de mis sueños y metas. Y sin duda para lograrlo es necesario modificar mi perspectiva, para hacerlo el libro “Tu modelo de negocio” propone realizar un ejercicio de reflexión sobre una situación que es incomoda y/o molesta, primero describirla tal cual la sientes y luego describirla dando soluciones completamente diferentes.

Percepción de la realidad: Tenía a cargo un proyecto de digitalización de algunos procesos y para dar solución a algunos requerimientos de los clientes dependía de la gestión del área de tecnología, sin embargo, a pesar de que hacía reuniones y les pedía varias veces, por varios medios que solucionaran los errores de la aplicación, no lo hacían en los tiempos pactados. De la única manera en la que cumplían era cuando mi jefe se molestaba y les pedía las cosas, no me gustaba recurrir a él, pero tenía que hacerlo. Siento que a mí no me dan prioridad porque soy muy blanda con ellos.

Realidad alternativa: El equipo de tecnología está muy recargado y les es difícil con todas las solicitudes de sus clientes internos, podría hacer una reunión con la líder del equipo y entre las dos acordar unos niveles de servicio con el compromiso de cumplirlos, además diseñar un formato de reporte de errores, en donde se contemple toda la información que requieren para solucionar el error, así evitar reprocesos.

5.13. Redibujando el modelo de negocio personal

Para redibujar el modelo de negocio personal el libro “Tu modelo de negocio” plantea cinco pasos:

1. Dibujar el modelo de negocio personal tal como es actualmente. En este punto es importante tener en cuenta los descubrimientos que se han hecho durante el proceso.
2. Identificar los puntos débiles, por lo tanto, identificar los módulos en los que aún se deben trabajar.
3. Realizar las preguntas de diagnóstico.
4. Modificar los módulos que lo requieran y evaluar los efectos.
5. Redibujar el modelo de negocio personal.

5.14. Calculando mi valor empresarial

Teniendo en cuenta un salario mensual de \$5.000.000, un margen del 40% y que los beneficios constituyen un 25% de los ingresos, mi valor empresarial, es decir, las ventas adicionales mensuales que debo generar en la compañía son de \$15.625.000.

FIGURA 7. VALOR EMPRESARIAL

Salario neto		Beneficios
\$ 5.000.000	+	\$ 1.250.000
Salario total		Margen bruto
= \$ 6.250.000	÷	40%
Ventas adicionales necesarias		
= \$ 15.625.000		

1. Dibujar el modelo de negocio personal tal como es actualmente.

FIGURA 8. MODELO DE NEGOCIO PERSONAL ACTUAL

<p>Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i> Empresas de tecnología.</p> <p>Empresas de prestación de servicios y venta de herramientas.</p> <p>Profesionales expertos en transformación digital.</p>	<p>Actividades claves <i>¿Qué haces?</i> Análisis y optimización de procesos. Gestionar e implementar herramientas digitales. Análisis y seguimiento de indicadores. Generar contenido de capacitación. Manejo de presupuesto.</p>	<p>Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i></p> <p>Ayudar a empresarios a construir los procesos de su compañía y desarrollar soluciones para sus clientes de una forma eficiente, sostenible e innovadora.</p>	<p>Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i> Servicio personalizado. Solicitudes puntuales. Acuerdos de entrega.</p>	<p>Clientes <i>¿A quién ayudas?</i> Ejecutivos encargados de las áreas de operaciones. Trabajadores de las áreas de operaciones y comerciales. Proveedores que suministran herramientas, equipos y soluciones tecnológicas.</p>
<p>Costes <i>¿Qué das?</i></p> <p>Tiempo, gastos en formación, gastos de desplazamiento, gastos en comunicación, estrés e insatisfacción.</p>	<p>Ingresos <i>¿Qué obtienes?</i></p> <p>Salario, bonificaciones trimestrales, auxilio educativo, medicina prepagada.</p>			
<p>Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i></p> <p>Pasión por el servicio. Personalidad social / realista Procesamiento de datos, conceptualización y desarrollo de ideas y soluciones, empatizar, negociación y trabajo en equipo.</p>	<p>Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i></p> <p>Teams Correo electrónico Teléfono WhatsApp</p>			

2. Identificar los puntos débiles.

FIGURA 9. PUNTOS DÉBILES DEL MODELO DE NEGOCIO PERSONAL ACTUAL

<p>Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i></p> <p>Empresas de tecnología.</p> <p>Empresas de prestación de servicios y venta de herramientas.</p> <p>Profesionales expertos en transformación digital.</p>	<p>Actividades claves <i>¿Qué haces?</i></p> <p>Análisis y optimización de procesos.</p> <p>Gestionar e implementar herramientas digitales.</p> <p>Análisis y seguimiento de indicadores.</p> <p>Generar contenido de capacitación.</p> <p>Manejo de presupuesto.</p>	<p>Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i></p> <p>Ayudar a empresarios a construir los procesos de su compañía y desarrollar soluciones para sus clientes de una forma eficiente, sostenible e innovadora.</p>	<p>Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i></p> <p>Servicio personalizado.</p> <p>Solicitudes puntuales.</p> <p>Acuerdos de entrega.</p>	<p>Clientes <i>¿A quién ayudas?</i></p> <p>Ejecutivos encargados de las áreas de operaciones.</p> <p>Trabajadores de las áreas de operaciones y comerciales.</p> <p>Proveedores que suministran herramientas, equipos y soluciones tecnológicas.</p>
<p>Costes <i>¿Qué das?</i></p> <p>Tiempo, gastos en formación, gastos de desplazamiento, gastos en comunicación, estrés e insatisfacción.</p>	<p>Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i></p> <p>Pasión por el servicio.</p> <p>Personalidad social / realista</p> <p>Procesamiento de datos, conceptualización y desarrollo de ideas y soluciones, empatizar, negociación y trabajo en equipo.</p>		<p>Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i></p> <p>Teams</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Teléfono</p> <p>WhatsApp</p>	
		<p>Ingresos <i>¿Qué obtienes?</i></p> <p>Salario, bonificaciones trimestrales, auxilio educativo, medicina prepagada.</p>		

Al analizar el modelo de negocio los módulos débiles son: Actividades claves, clientes, canales y relación con los clientes. Las razones de cada uno de los módulos se explicarán a continuación:

Actividades claves: Debo reforzar mis conocimientos y adquirir experiencia en procesos de transformación digital y en sus seis elementos: gobierno y liderazgo, personas y operaciones (tengo experiencia especialmente en este elemento), experiencia de cliente, datos y análisis, integración tecnológica y alfabetismo digital; así como rodearme de personas que tengan experiencia y dominen estos temas. Me encantaría agregar en los análisis de procesos el componente sostenible por lo que debo aprender sobre este tema y como se está aplicando en los procesos. También considero importante aprender sobre las nuevas herramientas para procesar y analizar datos con SQL y definitivamente el dominio de otros idiomas es uno de mis puntos débiles en recursos claves y afectaría directamente mis actividades claves.

Clientes: Me gustaría diversificar a mis clientes y no solo trabajar con ejecutivos de las áreas de operaciones.

Canales: Investigar sobre nuevos canales, diferentes a los tradicionales para contactar con clientes y profesionales de diferentes áreas para ampliar mi red, por ejemplo, plataformas freelance o de trabajos de modalidad remota.

Relación con los clientes: Debo encontrar otras formas de contactar con mi cliente, ser más activa en redes profesionales y también contactar a profesionales que me puedan guiar.

3. Realizar las preguntas de diagnóstico.

Para cada uno de los puntos débiles que se identificaron en el punto anterior el libro “Tu modelo de negocio”, sugiere preguntarse sobre algunos aspectos en cada uno de los módulos, para reflexionar sobre qué hace falta para fortalecer dicho módulo.

¿A quiénes ayudas? – Clientes

Pregunta 1. ¿Te gustan tus clientes? Me gustan mis clientes, pero quiero diversificarlos, ya que no quiero solo tener relación con clientes de áreas de operaciones. Me gustaría trabajar en proyectos relacionados con la transformación digital total de una empresa (gobierno y liderazgo, personas y operaciones, experiencia de cliente, datos y análisis, integración tecnológica y alfabetismo digital. Las cualidades que busco en mis clientes son: pensamiento holístico, pensamiento digital y pensamiento sostenible, que sean éticos y este comprometidos con el cambio.

Pregunta 2. ¿Quién es tu cliente más importante? Ejecutivos en el área de operaciones. Este tipo de cliente aportan el total de mis beneficios directos ya que evalúan mi gestión a los demás clientes y dependiendo de esta evaluación obtengo los beneficios económicos de mi trabajo. Mis clientes principales no requieren un valor añadido nuevo, sin embargo, sí requieren de unos canales más eficiente y debo evaluar y replantear la forma de relacionarme con ellos, ya que en el pasado esto fue lo que causó algunos malos entendidos.

Pregunta 3. ¿Cuál es el propósito global que persigue el cliente? ¿Tiene el cliente una motivación de más envergadura para contratar tus servicios? Por ejemplo, ¿trabaja para otro cliente que necesita llevar a cabo un proyecto más grande? El propósito que persiguen mis

clientes es hacer sus procesos más eficientes, adaptándolos a las necesidades de sus clientes y de sus propias expectativas, haciéndolos más competitivos en el sector. Los ejecutivos de las áreas de operaciones trabajan para empresas que buscan articular todas las áreas para cumplir las metas de la compañía. Reflexionando sobre esta pregunta toma relevancia de nuevo agregar dentro del valor añadido un análisis total de la organización, teniendo en cuenta aspectos como: cultura organizacional, gobierno y liderazgo, experiencia de cliente, datos y análisis, integración tecnológica y el alfabetismo digital.

Pregunta 4. *¿Te resultó demasiado caro ofrecer un servicio al cliente? ¿Te exige un gran esfuerzo ofrecer un servicio al cliente?* El principal costo es el tiempo, y aunque los ingresos son justos, por el tiempo que dedico al trabajo podrían ser mejores. No puedo prescindir de mi cliente, pero los acuerdo y forma de relación si pueden ser diferentes y esto me dará la posibilidad de aumentar y diversificar mis clientes.

Pregunta 5. *¿El cliente considera que las actividades claves y el servicio que necesita son la misma cosa? ¿Y tú?* Considero que el cliente si cree que las actividades claves y el servicio son la misma cosa, pero es posiblemente porque no tengo una estrategia de comunicación clara en la que explique la diferencia y haga énfasis en el valor añadido. Esto se presenta porque mis canales y la forma de relacionarme con los clientes no es eficiente. Para ayudar al cliente a definir el tipo de servicio que requiere podría incluir en el valor añadido un análisis inicial de la situación actual de la empresa, por ejemplo, un ejercicio de modelo de negocio.

Pregunta 6. *¿Necesitas nuevos clientes?* Definitivamente debo adoptar una estrategia de captación, por lo tanto, iniciar actividades de venta y marketing de mi valor añadido, así como

desarrollar actividades que me permitan crear mi propia estrategia de marketing. Por otro lado, debo ampliar mi red profesional para encontrar socios claves que me ayuden a captar nuevos clientes.

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas? - Canales

Pregunta 1. ¿Cómo te encuentran los clientes? ¿Cómo valoran tus clientes tus servicios o productos? ¿Tus clientes pueden comprar de la manera que prefieran? ¿Cómo administras tu servicio o producto? ¿Cómo garantizas la satisfacción postventa? Actualmente me encuentro en portales de empleabilidad, sin embargo, debo hacer una investigación de otros portales y diferentes modalidades de trabajo para llegar a nuevos clientes que no usan los canales tradicionales. Es importante también aumentar mi actividad en redes sociales como LinkedIn que me pueden ayudar a ampliar mi red. No ofrezco la posibilidad de comprar y recibir el servicio o producto de la forma que prefieran mis clientes, este es uno de mis puntos débiles, porque tengo una visión muy tradicional para conseguir mis ingresos, como lo es emplearme. En los canales tuve otra gran falencia y es que no me detuve a preguntar a mis clientes sobre el grado de satisfacción que tenían con mi servicio, debo encontrar métodos de retroalimentación y evaluación de mis clientes.

¿Cómo te relacionas? – Relaciones con clientes

Pregunta 1. ¿Qué tipo de relación espera establecer y mantener el cliente? Este es un punto en el que no pensé mucho y me deje llevar por los lineamientos que me dio el cliente y como resultado no logre alinear correctamente las expectativas del cliente con el servicio que ofrecía y la comunicación se vio muy afectada. Lo que me gustaría añadir es un espacio con el

cliente para hacer seguimiento de la satisfacción frente a la prestación del servicio, fijar cronogramas de entrega y aclarar expectativas desde el principio. Quitaría las solicitudes puntuales que no están incluidas dentro del servicio ya que es mi experiencia finalmente genera fricciones entre las dos partes y se pierde el alcance del servicio y la propuesta de valor. Prefiero no gestionar por WhatsApp o llamadas, porque la información se puede perder o malinterpretar, por lo que es importante investigar sobre herramientas que ayuden al seguimiento de los proyectos con el cliente.

Pregunta 2. *¿Cuál es el principal objetivo de tus relaciones con los clientes: fidelización o captación?* Mi objetivo es la captación, por lo que necesito añadir en las actividades claves, actividades de venta y marketing.

Pregunta 3. *La creación de una comunidad de usuarios, o la participación en una, ¿Mejoraría la comunicación con tu cliente? ¿Podrías colaborar en la creación de un servicio o producto con tu cliente?* La participación en una comunidad podría mejorar la comunicación con mi cliente, ya que existen plataformas en las que es posible contactar al cliente o que ellos te contacten a ti, se fijan fácilmente los tiempos de respuesta y se encuentran amplias formas de pago.

¿Qué haces? – Actividades claves

Pregunta 1. *¿Te interesa tu trabajo?* Si me interesa mi trabajo, pero me gustaría implementar mis conocimientos en clientes con propósitos e intereses más alineados conmigo.

Pregunta 2. *¿Estás desperdiciando o no utilizando una habilidad o competencia importante?* En cuanto a habilidades y competencias considero que me hace falta fortalecer

algunas para completar mi modelo de negocio, como lo son, por ejemplo: marketing, ventas y sostenibilidad, además de reforzar y adquirir experiencia en procesos de transformación digital. En mi modelo de negocio también considero importante cambiar el análisis y seguimiento de indicadores, por identificación de indicadores más importantes de cada proceso analizado.

Pregunta 3. *¿Tus tendencias de personalidad se adecuan a tu lugar de trabajo?*

(recuerda que el lugar de trabajo está formado, en gran medida, por las personas con las que trabajas). *¿Tus tendencias de personalidad se adecuan a tus actividades claves?* Frente al lugar del trabajo se adecuaba en la mayoría de las variables y aspectos importantes para mí, sin embargo, había cosas que ya no hacían sentido para mí y considero necesario clientes y socios claves con mayor compatibilidad a mi personalidad. En relación con mis actividades claves, estas se alinean a mi personalidad, aunque me gustaría adquirir actividades más sociales, de trabajo de campo y de impacto social.

¿Qué ayuda ofreces? – Valor añadido

Pregunta 1. *¿Tu valor añadido responde a los elementos más importantes y relevantes del servicio que necesita el cliente?* Considero necesario incluir en el valor añadido ser una empresa/organización competitiva en el mercado. Sin embargo, estoy adivinando un poco, debo investigar más sobre qué está buscando el cliente y que necesita solucionar. En actividades claves incluir el diagnóstico de la situación actual con el análisis de procesos e indicadores relevantes.

Pregunta 2. *¿Podrías suministrar tu valor añadido mediante un canal diferente?* Al cuestionarse sobre estas preguntas me doy cuenta que mi valor añadido debe ser validado por

posibles clientes. En cuanto a la preferencia de canales de mi cliente debo diversificar las plataformas, diferentes a las tradicionales. La forma de darle escalabilidad podría ser por medio de cursos online pregrabados, una página web que tenga la metodología por medio de una suscripción y que cada cliente tenga su asesoramiento en el proceso.

Pregunta 3. *¿Te gusta ofrecer tu valor añadido a los clientes? Si, pero debo aclarar algunos elementos de mi modelo de negocio como:*

- Los canales más eficientes para brindar mi servicio.
- Testear o evaluar mi valor añadido por parte de los clientes.
- Complementar mis actividades claves con la sostenibilidad y los elementos de la transformación digital.

¿Qué obtienes? – Ingresos

Pregunta 1. *Los ingresos y beneficios se generan proporcionando valor añadido a los clientes correctamente ¿Los ingresos son adecuados? Los ingresos eran buenos, pero requerían de mucho sacrificio personal y sentía frecuentemente que mis clientes no estaban satisfechos. Debo captar más clientes y plantear una estrategia de marketing para hacerlo. Por otro lado, debo alinear mi percepción de valor añadido con mis clientes.*

Pregunta 2. *¿Aceptas ingresos o beneficios demasiado bajos porque subestimas tu valor añadido? Aun no tengo claro cuáles deberían ser mis ingresos o beneficios por ofrecer mi valor añadido y hace parte de que no he establecido y homologado con mis clientes dicho valor añadido.*

Pregunta 3. *¿Los ingresos actuales serían adecuados si se redujesen los costes directos o indirectos?* Los ingresos actuales serían adecuados si tuviera más tiempo con mi familia, amigos y conmigo misma, si pudiera trabajar en un ambiente más tranquilo, que me permitiera tener una mayor satisfacción personal y el estrés fuera mínimo. Me gustaría trabajar con clientes de diferentes sectores e industrias para ampliar mis conocimientos.

Pregunta 4. *¿El cliente proporciona los ingresos de la forma que prefiere o como tu prefieres?* Siempre he sido empleada por lo que el cliente me hace el pago de una forma tradicional, donde no tengo la opción de cambiar los términos del pago. Pasarme a un modelo diferente de pago, implica un cambio de paradigma y podría ser por prestación de servicios.

¿Qué das? - Costes

Pregunta 1. *¿Cuáles son los costes principales derivados de tu modelo actual?* El coste más alto en dinero sería de la actividad clave de la gestión e implementación de herramientas digitales. Tendría la opción de dejar hasta el diseño y generar una alianza estratégica con empresas especializadas en soluciones (desarrollo e implementación) digitales. Otra de las actividades claves que tengo en el modelo actual, implica la formación y esa no es una de mis especialidades, por lo tanto, para esta actividad también requeriría una asociación clave que se encargaría de esta parte.

Pregunta 2. *¿Qué actividades claves generan más costes indirectos en tu modelo?* El análisis y seguimiento de indicadores, ya que requeriría una vinculación permanente con el cliente. Realmente la actividad clave sería la identificación de los indicadores relevantes de los procesos y diseñar los reportes para un adecuado seguimiento.

4. Modificar los módulos que lo requieran y evaluar los efectos.

Tabla 7.

Modificar los módulos y evaluar los efectos

	Añadir +	Eliminar -	Aumentar ▲	Disminuir ▼
¿Quién eres y qué tienes?	Competencias de ventas y marketing. Conocimiento en sostenibilidad.		Habilidades en negociación. Conocimiento en transformación digital.	
¿Qué haces?	Venta y marketing. Diseño de soluciones digitales. Diagnóstico de procesos. Identificación de indicadores relevantes y diseño de reportes.	Gestionar e implementar soluciones digitales. Formación y capacitación.		
¿A quién ayudas?	Clientes nuevos con intereses sociales y sostenibles.	Proveedores de equipos y herramientas.	Clientes interesados en la transformación digital.	
¿Qué ayuda ofreces?	Aumento en la competitividad del mercado.			

¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?	Portales de empleo remoto o freelance. Por asociaciones claves.	WhatsApp. Teléfono. Teams. Correo electrónico.	Portales de empleo. Actividad en las redes sociales como LinkedIn.	
¿Cómo te relacionas?	Estrategia de seguimiento. Herramientas de seguimiento. Mediciones de satisfacción.	Solicitudes puntuales.	Captación.	
¿Quién te ayuda?	Empresas de soluciones digitales. Empresas de formación.		Profesionales expertos en transformación digital.	Empresas de ventas y servicios de herramientas.
¿Qué obtienes?	Satisfacción. Tiempo con mi familia y amigos.		Ingreso económico. Formación.	
¿Qué das?				Estrés. Tiempo.

5. Redibujar el modelo de negocio personal.

FIGURA 10. REDIBUJAR EL MODELO DE NEGOCIO PERSONAL

Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i> Empresas o profesionales expertos en formación. Empresas o profesionales expertos en desarrollo e implementación de soluciones digitales.	Actividades claves <i>¿Qué haces?</i> Diagnóstico, análisis y optimización de procesos. Diseño de soluciones digitales y de automatización. Identificación de los indicadores relevantes en cada proceso y diseño de los reportes. Gestionar la formación y capacitación. Venta y marketing.	Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i> Ayudar a empresarios/ejecutivos a diseñar los procesos de su compañía para ofrecerles a sus clientes soluciones eficientes, sostenibles e innovadoras, haciéndolos competitivos en el mercado.	Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i> Captación. Estrategia de seguimiento por medio de herramientas. Acuerdos de niveles de servicio. Mediciones de satisfacción.	Clientes <i>¿A quién ayudas?</i> Ejecutivos de áreas de operaciones. Empresarios de pequeña y mediana empresa.
	Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i> Pasión por el servicio. Personalidad social / realista Procesamiento de datos, conceptualización y desarrollo de ideas y soluciones, empatizar, negociación y trabajo en equipo, ventas y marketing, sostenibilidad y transformación digital.		Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i> Portales de empleo remoto y freelance. Actividad en redes sociales como LinkedIn. Asociaciones claves.	
Costes <i>¿Qué das?</i> Tiempo, gastos en formación y estrés (mínimo)		Ingresos <i>¿Qué obtienes?</i> Ingreso económico, formación, satisfacción y manejo de mi tiempo.		

6. Propuesta de valor

En un mercado cada vez más competitivo y en cambio constante, acelerado por el desarrollo de la tecnología y la transformación digital de las compañías, requiere que estas replanteen frecuentemente la forma en la que ejecutan sus procesos e incluso su modelo de negocio, considerando siempre la experiencia de sus clientes. Por esto es necesario diseñar procesos alineados al modelo de negocio que le ofrezcan al cliente soluciones eficientes, sostenibles e innovadoras y de esta manera diferenciarse y competir en el mercado obteniendo buenos resultados.

Para cumplir con el objetivo es necesario ejecutar principalmente 4 actividades. Primero, el diagnóstico y análisis de los procesos Core del negocio, incluyendo factores como: gobierno y liderazgo, personas y operaciones, experiencia de cliente, datos y análisis y en caso de que aplique la integración tecnológica y el alfabetismo digital. Segundo, una vez se ha realizado el diagnóstico y el análisis es posible diseñar las nuevas soluciones teniendo en cuenta los seis factores mencionados anteriormente mejorándolos o rediseñándolos. Tercero, es necesario identificar los indicadores con los que se van a medir ahora los procesos y diseñar los tableros de seguimiento y análisis de estos. Y finalmente, la cuarta actividad es formar a las personas que participan en los procesos intervenidos.

La información anterior junto con la metodología y herramientas que se utilizan pueden ser ampliadas por medio de una reunión o videollamada. Ante cualquier inquietud por favor contáctame al correo caro_0506@hotmail.com o a mi celular 310 550 34 32.

7. Conclusiones y recomendaciones

Replantear o rediseñar el modelo de negocio personal es un proceso que requiere un serio análisis y descubrimiento de sí mismo. Conocer las habilidades, competencias, intereses y las tendencias de personalidad pueden ayudar a encaminar la carrera profesional de una persona, encontrando así incluso un propósito de vida. La metodología del modelo de negocio personal, guía el proceso que ayuda a plantear un propósito y una propuesta de valor profesional.

Personalmente al realizar el proceso y al analizar los cambios que tuvo el modelo de negocio en las diferentes etapas de la metodología, es posible concluir que el autoconocimiento es determinante para organizar, definir o rediseñar la carrera profesional, en el caso contrario es evidente una desconexión en los diferentes módulos, por ejemplo, en el primer modelo hay muchas ideas sueltas que no están necesariamente conectadas entre sí y está enfocado al ¿Qué haces ahora? y no al ¿Qué disfrutas hacer? ¿Qué quieres hacer?, más adelante estas preguntas se vuelven fundamentales para el diseño del nuevo modelo de negocio personal.

Plantearse las preguntas correctas, permiten que el diagnóstico y replanteamiento de cada módulo del modelo de negocio este enfocado en añadir y aumentar elementos esenciales en la construcción del valor añadido y propuesta de valor, así como eliminar y reducir elementos que no lo hagan, un procesos de iteración frecuentemente alineada con las necesidades reales del cliente y que además deben estar validadas por éste, de esta manera es posible calcular el valor empresarial de la propuesta de valor.

Esta metodología de raíces empresariales, es en definitiva aplicable al modelo de negocio personal, entender en el ámbito profesional cuáles son los recursos claves que se traducen a nivel

personal en las competencias, habilidades e intereses, las actividades claves, los clientes, el valor añadido personal profesional, los canales, la relación con los clientes, las asociaciones claves, los costos y los beneficios, es primordial para encaminar la carrera profesional vinculada con un propósito que puede ser incluso de vida. Este descubrimiento personal y todo el proceso de introspección y de retrospectiva permite unir puntos que parecían no tener conexión, encontrando así nuevas formas de ofrecer la propuesta de valor personal a clientes o socios claves que en otras circunstancias no se hubieran contemplado.

Bibliografía

- Boada y Muñoz (2019). ¿Cómo poner en marcha la innovación en su empresa?, Gerencia de la Innovación Empresarial (pp. 44-46). Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Clark, T, Osterwalder, A, Pigneur, Y (2012). *Tu modelo de negocio*, Estados Unidos, DEUSTO.
- Hamel, G. (2000) *Liderando la revolución*. Boston, Massachusetts, Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Landazury, L, Ferrer, F (2016, 26 de agosto). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión de constructo teórico. *Revista EAN*, (81), 129-147.
- Llorens, G, A (2010). Una perspectiva al concepto de modelo de negocio, Chile, Université Libre des Science de l'Enterprise et des Technologies de Bruxelles. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de https://www.researchgate.net/profile/Georgy_Llorens/publication/237074623_Tarea_Paper_Ventaja_Competitiva_-_Georgy_Llorens/links/00b4951b3f067714ae000000.pdf.
- Mora, C. (2007). Introspección: pasado y presente. *Revista Segunda Época*, (26), 59-73. Recuperado el 8 de enero de 2021, de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repsi/v26n2/v26n2a04.pdf>.
- Osterwalder, A, Pigneur, Y (2012). *Generación modelo de negocio*, Estados Unidos, DEUSTO.

Salas, V (2009). Modelos de negocio y nueva economía industrial. *Univeria Business Review*, (23),122-143. Recuperado el 16 de noviembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282009.pdf>.

Anexos

Anexo A: Reflexión módulos primer modelo de negocio CANVAS

1	Recursos claves ¿Quién eres y qué tienes?	EL RECURSO ERES TÚ
<p>Soy Carolina Chía Rocha, Ingeniera industrial y próximamente Magister en innovación. Mi carrera profesional se ha desarrollado en el Retail, específicamente en el área de procesos, operaciones y productividad.</p> <p>Mi experiencia profesional me ha permitido desarrollar habilidades y competencias dentro de las cuales destaco el análisis y optimización de procesos, análisis de indicadores y la toma de decisiones basadas en ellos. También desarrolle habilidades para trabajar en equipo, como por ejemplo la negociación, por medio de la empatía y la camaradería.</p> <p>Si bien soy una persona introvertida, esto me ha permitido desarrollar mis competencias de análisis. Me caracterizo por ser una persona fiel, comprometida y honesta.</p> <p>Dentro de mis intereses profesionales están la automatización y digitalización de procesos como parte de la transformación digital que atraviesa el mundo y aunque no tengo experiencia frente al tema de sostenibilidad, me interesa formar parte de un equipo que desarrolle y analice procesos para hacerlos más sostenibles. Dentro de mis intereses personales están los animales, específicamente los perros, por lo que también quisiera de alguna manera encontrar la forma de trabajar con ellos.</p>		
2	Actividades claves ¿Qué haces?	DE COMPETENCIAS A VALORES
<p>Laboralmente considero tengo 5 actividades claves:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis y optimización de procesos con herramientas Lean: Esta actividad me ha permitido desarrollar competencias de análisis, trabajo en equipo y empatía con dueños y ejecutores de procesos. 2. Análisis y seguimiento de indicadores: Especialmente la presentación de estos análisis me permitió fortalecer habilidades de argumentación, investigación, toma de decisiones y manejo de situaciones difíciles 3. Definir, gestionar e implementar herramientas digitales y de automatización: Esta actividad me permitió unificar mis conocimientos en procesos y competencias de análisis de indicadores para generar una investigación y desarrollo de soluciones. 		

	<p>4. Transformación digital: Si bien no tengo experiencia en todo lo que implica una transformación digital participe en la introducción cultural que implican estos cambios.</p> <p>5. Generar contenido de capacitación y capacitar: Esta actividad me permitió desarrollar habilidades de condensación de información, habilidades orales y de argumentación.</p>	
3	<p>Clientes ¿A quién ayudas?</p>	<p>REESCRIBIR LA HISTORIA DEL CLIENTE</p>
<p>Mi trabajo consistía principalmente en ser el apoyo de las tiendas, sin embargo, para hacerlo tenía que cumplirle a mis clientes principales que eran mis jefes. A continuación, relaciono mis clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Especialista de productividad: Entregar informes de los análisis de los indicadores de ventas, tráfico de clientes y disponibilidad de empleados. Asegurar los nuevos desarrollos y correcto funcionamiento de las soluciones móviles. ● Tiendas: Las principales soluciones que debía brindarle a este cliente eran: garantizar la disponibilidad de equipos y garantizar la disponibilidad y correcto funcionamiento de las herramientas tecnológicas. ● Proveedores de equipos y herramientas: Generar las órdenes de compra y asegurar el pago por los servicios prestados a la compañía o a los activos entregados. ● Gerencia de productividad: Solicitudes puntuales generalmente necesidades de las tiendas que fueron escaladas en la gerencia. 		
4	<p>Valor añadido ¿Qué ayuda ofreces?</p>	<p>ENCONTRAR EL VERDADERO TRABAJO</p>
<p>Diseñar procesos ágiles y productivos enfocados en la transformación digital de la compañía para hacerla competitiva en el mercado.</p>		
5	<p>Canales ¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</p>	<p>CAMBIAR LOS CANALES</p>
<p>Los medios por los que me conocían y me comunicaba con mis clientes eran los que me ofrecía la compañía: Teams, correo electrónico, teléfono, WhatsApp y Task.</p>		

- Mis clientes potenciales sabía cómo podía ayudarlos principalmente por referencia de otras personas, en caso de los gerentes de tienda, dentro de su programa de formación tenían un módulo conmigo, y desde ese momento se generaba el vínculo.
- Existían tres medios para “adquirir” mis servicios:
 1. Task: Era la herramienta oficial para hacerlo. Task tenía módulos de seguimiento, de esta manera se podía ver el avance de cada una de las solicitudes.
 2. Correo electrónico: Esta herramienta es de difícil seguimiento, sin embargo por este medio también se tenían interacciones con los clientes.
 3. WhatsApp: Esta herramienta también es de difícil seguimiento, sin embargo, en la mayoría de ocasiones era para tratar temas muy puntuales y que requerían de respuesta rápida.
- El servicio proporcionado solía ser una respuesta a una pregunta puntual, la presentación de un informe o panel de seguimiento de indicadores o la entrega de una herramienta o equipo.
- No se hacía un seguimiento de satisfacción de clientes.

Marketing personal basado en valores

- Empatía, por lo que puedo conectar con las personas con facilidad.
- Confiabilidad.
- Amabilidad / Cordialidad
- Envío de informes / paneles
- Comunicación por teléfono, la utilizaba muchos.
- Generar historias de usuario para los desarrollos.
- Presentaciones orales (capacitaciones)

6	Relaciones con clientes ¿Cómo te relacionas?	COMUNICARSE A SU MANERA
<p>La relación con mis clientes en su mayoría era de forma escrita (correo o chats). Para las solicitudes puntuales o fáciles de solucionar, la respuesta solía ser también escrita. Sin embargo, para solicitudes más complejas prefería acudir a las personas personalmente si era posible, en caso de no ser así por lo menos comunicarme con ellos telefónicamente.</p> <p>Si bien muchas actividades se realizaban estandarizadas para todos los centros de trabajo, tenía frecuentemente servicios personalizados para algunos clientes.</p>		

Mi servicio estaba centrado en fidelizar a mis clientes actuales, pero probablemente mis canales y sus tiempos de respuesta no aseguraron la satisfacción de mis clientes.		
7	Asociaciones claves ¿Quién te ayuda?	TENER EN CUENTA A LOS SOCIOS INTERNOS
<p>Mi trabajo dependía de varios socios claves.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Administrativa y compras: Temas relacionados con compras, licitaciones, alquiler de equipos y herramientas. También incluye algunos servicios. ● Tecnología: Entrega de los desarrollos de las nuevas herramientas de digitalización y automatización. ● Mi mama y hermana: Me dan tiempo, lo que me permite realizar mis actividades. ● Lesly: Me ha enseñado y me enseña. ● Mis jefes: En esta asociación no logre tener una comunicación asertiva, y creo fueron los canales y la forma de relacionarme la que fallo. 		
8	Ingresos y beneficios ¿Qué obtienes?	REPLANTEAR LOS INGRESOS
<p>Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Salario: \$3.400.000 ● Bonificación trimestral: Hasta un salario anual ● Medicina prepagada: \$100.000 ● Auxilio educativo: \$8.000.000 única vez ● Prima extralegal: Un salario anual ● Total año: \$50.500.000 ● Total mes: \$4.208.333 <p>Beneficios</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Un día familiar semestral ● Fondo de empleados ● Parqueadero sin costo <p>Cosas que ya no tenía:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Satisfacción ● Reconocimiento 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución social • Tiempo con mi familia 		
9	<table border="1"> <tr> <td>Costes ¿Qué das?</td> <td>LAS ACTIVIDADES ACARREAN COSTES</td> </tr> </table>	Costes ¿Qué das?	LAS ACTIVIDADES ACARREAN COSTES
Costes ¿Qué das?	LAS ACTIVIDADES ACARREAN COSTES		
	<ul style="list-style-type: none"> • Gastos en formación: \$32.000.000 única vez. • Gastos de desplazamiento: \$180.000 mensuales. • Gastos de vida social: \$116.000 mensual. • Gastos en telefonía e internet: \$50.000 mensual. • Total gastos mensuales: \$346.000 • Estrés • Tiempo adicional a la jornada (2 o 3 horas más) 		

Anexo B. Modelo de negocio personal como Hija

<p>Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i></p> <p>Mi hermana Mis tíos Mi abuelita</p>	<p>Actividades claves <i>¿Qué haces?</i></p> <p>Ayudar en casa Enseñar las nuevas tendencias Acompañar</p>	<p>Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i></p> <p>Escuchar a mis padres y ayudarlos con mis conocimientos</p>	<p>Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i></p> <p>Interpersonales Una relación de confianza y respeto</p>	<p>Clientes <i>¿A quién ayudas?</i></p> <p>Mamá Papá</p>
<p>Costes <i>¿Qué das?</i></p> <p>Tiempo</p>	<p>Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i></p> <p>Comprensión Paciencia Soporte</p>		<p>Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i></p> <p>Casa Llamadas telefónicas</p>	
		<p>Ingresos <i>¿Qué obtienes?</i></p> <p>Soporte y ayuda Consejos Experiencias</p>		

Anexo C. Modelo de negocio personal como Hermana mayor

<p>Asociaciones claves <i>¿Quién te ayuda?</i></p> <p>Mi mamá Mi papá Mi abuelita Los perritos</p>	<p>Actividades claves <i>¿Qué haces?</i></p> <p>Aconsejar. Escucharla. Cuidar de mi hermana. Ayudarla con sus perritos.</p>	<p>Valor añadido <i>¿Qué ayuda ofreces?</i></p> <p>Ser incondicional para mi hermana.</p>	<p>Relaciones con clientes <i>¿Cómo te relacionas?</i></p> <p>Interpersonales. Una relación de confianza y respeto. Seguridad.</p>	<p>Clientes <i>¿A quién ayudas?</i></p> <p>Mi hermana</p>
<p>Costes <i>¿Qué das?</i></p> <p>Tiempo Conocimiento</p>	<p>Recursos claves <i>¿Quién eres y qué tienes?</i></p> <p>Compartir Comprensión Enseñar Incondicionalidad Trabajo en equipo</p>		<p>Canales <i>¿Cómo te conocen y qué medios utilizas?</i></p> <p>Casa WhatsApp</p>	

Anexo D. Entrevista con Daniel Camilo Palacio

Las cualidades que veo más fuerte en ti son:

- Generosa: Piensas en los demás (personas y animales) más que en ti. Se ve una postura de dar y puede jugar en tu contra si te pasas. No intentes ponerte por encima de los demás.
- Introspectiva: Piensas mucho si hiciste las cosas bien o mal, buscas qué hay bueno y malo en ti y cómo podrías ser mejor. Piensas en las cosas vitales que te van ocurriendo e intentas aprender y reflexionar de ello.
- Imaginativa: Te englobas en ideas y pensamientos.
- Sencilla: No hay interés de apariencia en tus actuaciones.
- Práctica: Para trabajar puntualizas que hay que hacer y cuál es el camino para lograrlo, sin darle tanta vuelta.
- Sensible: Ante las cosas que van sucediendo te importan, causas sociales por ejemplo y otras cosas que son de tu interés.
- Simpática y carismática: Generas en las personas simpatía. Cuando uno te conoce das las impresiones de ser una buena persona y las personas te tratan bien por tu simpatía.
- Racional: Despegarte del mundo, despegar los pies de la tierra te cuesta mucho, aunque lo desees, así como hacer cosas que no esperan de ti.
- Tímida y avergonzada: Lo veo en ti, aunque te vas soltando con el tiempo, en el primer momento te invade la vergüenza y no puedes ser tú misma y a veces tener el carácter de decir lo que piensas y poner los límites.

- Cooperativa: Trabajas por objetivos comunes, piensas más allá de ti misma y ves las capacidades de las personas de un equipo.
- Curiosa: Vas más allá de lo que sabes y de tus áreas de conocimiento y se desarrolla una capacidad de intuición.
- De confianza: Tienes palabra, si dices que vas a hacer algo lo haces y si por el contrario dices que no lo vas a hacer no lo haces.
- Agradecida: No tienes una actitud de reproche ante la vida, si no de aprovechar las cosas que te ha dado.
- Analítica: Análisis numérico y de datos.
- Alegre: Vives en actitud de agradecimiento y te permites disfrutar de las cosas que te pasan de una forma espontánea sin tanta apariencia.
- Amable: Relacionado con generosa.

Anexo E. Entrevista con Brian Felipe Martínez

Las cualidades que más veo en Caro son:

- Bondadosa: Virtud de Caro por su esencia, su manera franca y sincera de actuar.
- Creativa: Busca diferentes herramientas, busca soluciones, busca la manera de hacer las cosas e inclusive usa vivencias para solucionar asuntos del presente.
- Carismática: Es un don natural que Caro tiene, en su esencia al interactuar con los demás. Se muestra tal cual es y se siente ese carisma.
- Modesta: Caro no se preocupa por mostrar cosas que no es.
- Humana: Te conectas con el ser, con las necesidades de la persona como tal. Pregunta sinceramente por el estado de ánimo, la familia y los problemas. Eso demuestra que es humana.
- Fiable: Caro inspira confianza, la considero una persona honesta, sin máscaras. Demasiado fiable.
- Comprometida: Trabaja, se esfuerza y busca el resultado.
- Disciplina: Comprometida y enfocada en sus tareas. Tiene disciplina cuando se lo propone.
- Trabajadora
- Sencilla: Humilde y auténtica.
- Amable: Es educada, se comporta con agrado e interés hacia las personas.

Anexo F. Entrevista con Melissa García Velasco

Las características que veo en Caro son:

- **Adaptable:** Eres capaz de estar en cualquier lugar y adaptarte a lo que se presente, al momento de entrar por primera vez a un círculo social, tienes la capacidad para entablar conversación y para incluirte de manera positiva.
- **Auto motivado:** Tienes la habilidad de motivarte para luchar por lo que sueñas, a pesar de las circunstancias tus ganas de soñar no paran y lograste motivarte y motivar a la gente que te rodea con facilidad.
- **Aventurero:** Has recorrido lugares que anhelabas y luchaste por lograrlo, y lo hiciste sola, lo soñaste, lo planeaste y lo hiciste, recorriendo maravillas del mundo y divirtiéndote mucho.
- **Comprometido:** Desde la Universidad conozco como te comprometes con cada tarea que tengas hasta cumplirla.
- **Con iniciativa:** Eres capaz de dar el primer paso de muy buenas ideas para diferentes aspectos.
- **De confianza:** Eres una persona que con facilidad das la seguridad para que las personas que te rodeen confíen en ti, ya sea en lo personal o en lo profesional.
- **Leal:** Eres de las personas con las que uno cuenta en cualquier momento, como dicen por ahí eres firme para estar en cualquier circunstancia.
- **Perseverante:** Eres constante para cumplir lo que te propones, a pesar de los obstáculos que siempre existirán no te dejas vencer.

- Resistente: Eres tolerante y asimilas con gran facilidad las diferentes situaciones adversas que se puedan presentar.
- Talentoso: Eres una persona, competente, llena de aptitudes, actitudes y destrezas, que te hacen ser talentosa al momento de realizar manualidades, crear proyectos, ayudar a los demás, buscar soluciones, entre otros.
- Humano: Eres un ser humano increíble, que no solo se destaca por profesión, su conocimiento, sino que su lado humano es inmenso y eso te hace un ser completo, lleno también de virtudes, buenos sentimientos, humildad, tolerancia y gran estabilidad emocional.