

Unitatea 4: Resurse

Subunitatea 4.1: Conștiința de sine și autoeficacitatea

Obiective de învățare

- Identificarea și înțelegerea conceptelor de autocunoaștere și încredere în sine.
- Creșterea autocunoașterii și a încrederii în sine folosind instrumentele și tehnicile oferite în această subunitate.
- Reflectare asupra modului în care o companie creată ar putea răspunde nevoilor societății prin intermediul principiilor economiei circulare.

Definiție

Această competență cuprinde două aspecte: autocunoașterea și încrederea în sine. Ambele sunt legate între ele și reprezintă un instrument excelent pentru dezvoltarea personală și antreprenorială.

Conștiință de sine: se referă la înțelegerea și cunoașterea conștientă a propriului caracter și a propriilor sentimente. Este capacitatea noastră de a ști cine suntem, trăsăturile de caracter pe care le deținem, valorile noastre, precum și punctele forte și punctele slabe.

Faptul că această competență apare pe primul loc în domeniul Resurse se datorează probabil faptului că poate fi considerată ca fiind baza succesului personal: suntem prima și principala noastră resursă în viață și trebuie să știm cine suntem, ce vrem să fim și să ne creăm o cale către aceasta. Fără autocunoaștere este mai greu să atingem orice tip de obiective, deoarece mergem înainte fără să ne cunoaștem pe deplin potențialul, și aspectele pe care le-am putea îmbunătăți pentru a ne atinge aceste obiective.

Autocunoașterea ne ajută să ne clarificăm gândurile și emoțiile și să devenim mai responsabili față de modul nostru de a acționa. Atunci când ajungem să ne cunoaștem bine pe noi înșine, putem planifica cum să ne îmbunătățim anumite aspecte ale comportamentului cu scopul de a atinge anumite obiective care sunt esențiale pentru noi. În plus, autocunoașterea are un impact important asupra relației noastre cu noi înșine, dar și în relația cu ceilalți. Dacă putem să ne gestionăm comportamentul, putem avea impact și influență asupra celorlalți.

Autoeficacitate: se referă la capacitatea de a crede în noi înșine pentru a atinge anumite obiective. Autoeficacitatea înseamnă să ne analizăm pe noi înșine, să determinăm ce vrem să fim sau să facem și să găsim modalitatea de a ne atinge obiectivul în cel mai eficient mod.

Autoeficacitatea este o competență la care se poate lucra odată ce s-a atins un anumit nivel de autocunoaștere. Altfel spus, atunci când ne cunoaștem bine pe noi înșine și ne stabilim obiective de atins, încrederea în sine ne permite să planificăm și să organizăm pașii care ne vor conduce la succes.

Orientările EntreComp

EntreComp oferă următorul sfat:

"Aveți încredere în propriile puteri și continuați să vă dezvoltați."

Cum?

- Reflectați asupra nevoilor, aspirațiilor și dorințelor dumneavoastră pe termen scurt, mediu și lung.
- Identificați și evaluați punctele forte și slabe personale și ale grupului.
- Credeți în capacitatea dvs. de a influența cursul evenimentelor, în ciuda incertitudinii, a eșecurilor temporare și a piedicilor.

Competența pas cu pas

Urmați-vă aspirațiile

Atunci când vă propuneți să creați o afacere, ar trebui să reflectați asupra aspirațiilor dvs. pe termen scurt, mediu și lung. Scrieți-vă obiectivele pentru afacerea dvs. în trei coloane: peste 1 an, peste 5 ani și peste 10 ani. Puteți numi una sau două aspirații principale și 3 obiective secundare pentru fiecare termen. Sub fiecare coloană, enumerați toate nevoile (muncă și resurse) pe care le va presupune.

Identificați-vă punctele forte și punctele slabe

Pe baza pasului anterior, creați o analiză S.W.O.T. pentru ca afacerea dvs. să atingă obiectivul pe termen scurt pe care l-ați specificat.

Credeți în capacitatea dumneavoastră

După ce v-ați stabilit poziția în rândul concurenților datorită analizei S.W.O.T., scrieți o frază care să definească în mod clar abilitatea companiei dvs., adică ceea ce o face diferită și mai bună decât companiile concurenților.

Modelați-vă viitorul

Scrieți o listă cu posibilele piedici și probleme care pot apărea și cum le veți face față.

Metodologii și instrumente

1. Cum să vă îmbunătățiți autocunoașterea?

Cei mai mulți dintre noi credem că suntem oameni care ne cunoaștem destul de bine, dar e foarte posibil să nu fie așa. Autocunoașterea este competența care stă la baza relațiilor sociale, este esențial

s-o dezvoltăm pentru a fi noi înșine mai buni. Oricare ar fi planul personal sau profesional pe care-l aveți, de la a vă angaja în compania visurilor dvs. până la a vă crea propria afacere, autocunoașterea va fi o competență esențială de gestionat. Iată câteva sfaturi pentru a vă spori autocunoașterea. Nu este greu de pus în aplicare, tot ce veți avea nevoie este puțină implicare și fermitate:

Scrieți un jurnal de evenimente/emoții

Timp de câteva săptămâni, analizați evenimentele care v-au atras atenția în mod special și relația dvs. cu acestea, fie că este pozitivă sau negativă. Fiți sinceri și numiți concret emoțiile dvs. Poate fi un lucru greu de făcut atunci când au avut loc evenimente complicate, dar vă va ajuta foarte mult să vă cunoașteți reacțiile în cazul unui context sau eveniment negativ. De exemplu, a trebuit să vorbiți în fața unui grup de oameni și ați avut emoții, așa că, în cele din urmă, ați făcut-o scurt și nu v-ați explicat ideile.

Trageți concluzii cu privire la ceea ce vă poate afecta în mod pozitiv și negativ și cum ați putea reduce impactul negativ al unor situații asupra dvs.

Puneți-vă întrebările corecte

În funcție de jurnalul tău de evenimente/emoții, întrebați-vă: ce acțiuni și sentimente aș vrea să schimb? Cum aș putea evita...? Sau: Cum aș putea să îmbunătățesc...?

Analizați-vă punctele forte și punctele slabe

Vedeți al doilea instrument de mai jos "Ce este analiza S.W.O.T.?".

Cereți un feedback sincer

Încercați să vă dați seama de impresia pe care o lăsați asupra celorlalți și de influența pe care o aveți asupra lor. Acest exercițiu este dificil deoarece fiecare persoană are o părere subiectivă și trebuie să vă asigurați că întrebați persoane care vor încerca să fie sincere și corecte. Apoi, întrebați-vă cum ați putea îmbunătăți anumite aspecte care nu vă plac.

Concepeți un plan, pas cu pas.

Dacă există unele puncte slabe care credeți că pot fi dăunătoare pentru evoluția dvs. personală sau profesională, întocmiți un plan scurt cu câteva acțiuni de întreprins pentru a îmbunătăți acele aspecte. Mergeți pas cu pas și concentrați-vă asupra progresului dvs.

Aveți răbdare

Orice schimbare necesită timp. Este esențial să ne amintim că nimeni nu este perfect, iar unele comportamente sau obiceiuri pe termen lung necesită timp pentru a putea fi schimbate. Aveți răbdare și fiți amabil cu dvs. Înșivă dacă faceți greșeli, acest lucru face parte din experiența de învățare.

2. Ce este analiza S.W.O.T.?



Aplicarea economiei circulare

În cadrul activității practice, vom folosi 5 din cei 7 R ai economiei circulare:

- **Reducere:** Reducerea amprente de carbon și a timpilor de livrare.
- **Reutilizare:** Reutilizați hainele vechi în loc să le aruncați.
- **Reciclare:** Reciclarea atentă a pieselor care nu pot fi refabricate.
- **Recuperare:** Secțiunea second-hand din magazin pentru a promova utilizarea circulară a bunurilor și a evita deșeurile.
- **Recondiționare:** Hainele vechi sunt transformate în căptușeală și servesc hainelor noi.

Activitate practică: Analiza S.W.O.T.

Obiectiv: evaluarea sistematică și înțelegerea punctelor tari, a punctelor slabe, a oportunităților și a amenințărilor cu care se confruntă o afacere, o organizație sau un proiect.

Materiale: descărcați formularul pentru analiză S.W.O.T. [aici](#).

Timp: 30-45 minute

Metodologie:

1. Țineți cont de faptul că autocunoașterea și încrederea în sine este un proces de învățare pe tot parcursul vieții, iar activitățile pe care le propunem sunt un punct de pornire pentru a începe să lucrați la acest aspect.

Dacă aveți o idee despre o companie pe care ați dori s-o creați, începeți să scrieți punctele forte pe care credeți că le va avea compania dvs., apoi notați potențialele puncte slabe. Aceasta este o analiză internă foarte importantă, deoarece vă va permite să vedeți mai clar dacă aveți o slăbiciune la care ar trebui să lucrați sau să luați unele măsuri și acțiuni pentru a o rezolva.

Dacă nu aveți nicio idee de creare a unei afaceri, atunci puteți utiliza instrumentul SWOT pentru dvs. Este un instrument bun pentru a vă dezvolta autocunoașterea. Ar trebui mai întâi să scrieți pe o hârtie care este principalul dvs. obiectiv în viață (puteți scrie și 2 sau 3 dintre ele). Apoi, enumerați-vă punctele forte și punctele slabe. Încercați să fiți cât mai sincer posibil, deoarece aceasta este cea mai bună modalitate de a vă identifica punctele slabe și de a lucra asupra lor, astfel încât să vă puteți atinge obiectivul (obiectivele).

De exemplu, dacă doriți să deschideți un magazin de haine pentru skateboarderi, puteți scrie următoarele:

Puncte forte:

- Design special care face ca hainele să arate foarte bine.
- Producție la nivel local cu țesături de bună calitate.
- Am cunoștințele și materialele necesare.
- Datorită aprovizionării locale cu țesături, livrarea este rapidă, ceea ce reduce costurile și amprenta de carbon.
- Propunem o "amprentă ecologică". Conceptul constă în faptul că clienții pot da înapoi hainele folosite în schimbul unei sume de bani pe cardul de cumpărături. Hainele folosite sunt recondiționate și refolosite pentru a face căptușeală pentru jachete și paltoane.
- În magazin, avem o secțiune second-hand. Putem cumpăra și revinde haine folosite care sunt încă în stare bună.

Puncte slabe:

- Produsele sunt un pic mai scumpe deoarece sunt fabricate la nivel local și se folosesc resurse locale.
- Magazinul se află pe o stradă care nu este foarte aglomerată

- Nu am suficient timp și cunoștințe pentru a investi în rețelele sociale pentru a ajunge la clienții mei țintă.
- Brandul meu este necunoscut și trebuie să-mi câștig o reputație.
- Îmi pot permite doar un stoc foarte limitat.
- Am o mulțime de modele, dar nu sunt sigur de costurile de producție ale fiecăruia dintre ele.

2. Pe această bază, ați putea lucra pentru a limita impactul acestor puncte slabe. De exemplu, dacă magazinul dvs. se află pe o stradă unde nu sunt mulți trecători, atunci ar trebui să le oferiți un motiv pentru a veni la magazinul dvs. Ați putea lua decizia de a vă dezvolta publicitatea pe rețelele de socializare, de a face o campanie de comunicare importantă și de a crea un site web atractiv. Dacă nu aveți mulți bani, aveți un stoc limitat și nu sunteți sigur de costurile de producție pentru fiecare piesă vestimentară, atunci faceți un studiu de piață pentru a vă da seama care sunt cele mai solicitate piese și concentrați-vă pe producerea unei varietăți limitate de piese până când vânzările cresc și aveți mai mult cash-flow pentru a introduce altele noi.

Toate companiile au puncte slabe, dar uneori combinația mai multor puncte slabe poate fi determinantă pentru supraviețuirea lor. Puteți lucra la aceste aspecte înainte de a vă lansa afacerea și puteți încerca să le diminuați anterior (formare în social media, campanii de finanțare etc.).

3. Următorul pas este acum de a lucra asupra oportunităților și amenințărilor. Aceste aspecte se referă la factorii externi care influențează viabilitatea companiei. De exemplu, s-ar putea să aveți o mulțime de puncte forte, dar să vă dați seama că concurenții au alte puncte forte care v-ar putea ruina efortul.

Să continuăm cu același exemplu:

Oportunități:

- În orașul meu nu există magazine fizice de haine pentru skateboarderi. Toate vânzările se fac online.
- În oraș sunt multe skate park-uri, pline de skateboarderi.
- Firmele online de haine de skateboard sunt destul de scumpe, așa că vă propun un produs mai ieftin, dar de o calitate similară sau superioară.
- Peste 6 luni va avea loc un eveniment pentru skateboarderi, aș putea să-l sponsorizez.

Amenințări:

- Marca mea este necunoscută, iar mărcile online sunt foarte cunoscute și au o rețea de social media dezvoltată.
- Mărcile online ar putea decide să deschidă un magazin fizic sau să adopte o politică de prețuri foarte agresivă.
- Inflația este în creștere, măbind costurile de producție și reducând consumul casnic.
- Context economic și financiar global tensionat din cauza conflictelor armate și a situației post-pandemice.
- Când aveți modelul de analiză S.W.O.T. complet completat, trageți concluziile care vă vor ajuta să stabiliți prioritățile la care să lucrați.

Reflecțiuni

Obiectivul unei analize SWOT este de a sprijini gândirea și acțiunile strategice, ajutând antreprenorii să facă alegeri în cunoștință de cauză care să le maximizeze șansele de succes și de rezistență într-un mediu dinamic.

În ceea ce vă privește, v-ați gândit vreodată că această metodă vă poate mări șansele personale și profesionale de a reuși?

Sugestii de materiale didactice

Puterea autoeficacității: <https://blog.cambridge.es/poder-la-autoeficacia-cap-1/>

