



CURSO

Gestión de herramientas financieras para emprendedores

Módulo 1

Introducción al mundo emprendedor

1.1 ¿Qué es emprender?

Introducción

Emprender es transformar ideas acerca de un proyecto de trabajo o un negocio en una realidad práctica. Se trata de crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención. Para ello, es fundamental realizar un estudio de mercado, lanzar una idea que genere algún cambio, sumarse al comercio electrónico y medir permanentemente resultados.

El emprendedurismo presenta muchas variables que pueden hacer que una idea de negocio funcione o fracase. Conseguir clientes, manejar las finanzas, soportar los momentos de crisis, son aspectos que pueden ser difíciles de sostener.

La motivación por el deseo de hacer realidad sus ideas tanto como por el éxito comercial que dichas ideas puedan tener, hace que las personas emprendedoras estén dispuestas a sobrellevar esas situaciones de incertidumbre propias del proceso de implementación de su proyecto.

La persona emprendedora es alguien que ha encontrado una necesidad para un cierto público, la cual no ha sido satisfecha aún por el mercado o que puede ser satisfecha de una mejor manera.

Una buena idea de negocio tiene que:

- Resolver una necesidad.
- Mejorar significativamente algún aspecto de la experiencia de las personas, es decir, producir valor.
- Ser rentable.

Para evaluar la idea de negocio se deben considerar especialmente los criterios de:

- **Adaptabilidad:** si es posible dedicarle al proyecto el tiempo que requiere para llevarlo adelante, si la persona emprendedora tiene capacidad de adaptación a la adversidad y tolerancia a la frustración que puede surgir durante el proceso de trabajo.
- **Viabilidad:** si es financiable, si comercialmente se puede realizar, si podemos acceder a los recursos necesarios para desarrollarlo, entre varios aspectos.
- **Escalabilidad:** si tiene proyección de crecimiento.

¿Océano rojo u océano azul?



En el mundo de los negocios hay **dos estrategias iniciales** a la hora de pensar un nuevo producto o servicio.

- **Océano rojo:** apunta a desarrollar una solución para áreas del mercado en las que existe mucha competencia, con la expectativa de posicionarse favorablemente por brindar un mejor servicio.
- **Océano azul:** supone una estrategia que busca innovar en áreas poco exploradas en las que todavía hay poca competencia.

1.2 Pensamiento de diseño

¿En qué consiste?

El término "Design Thinking" nace en el ámbito del diseño industrial, es decir, del diseño de productos. Fue acuñado en el año 1969 por el economista Herbert Alexander Simon (Premio Nobel de Economía en 1978). El concepto de pensamiento de diseño se siguió desarrollando de forma teórica en la Universidad de Stanford en California (EEUU) a partir de los años 70. Pero la metodología como la conocemos hoy, es fruto del trabajo de varios diseñadores industriales, entre los cuales se encuentra el ingeniero Tim Brown, quien la difunde a partir de 2009 en su libro "Diseñar el cambio". Propone un pensamiento centrado en las necesidades humanas como eje para pensar nuevas ideas.

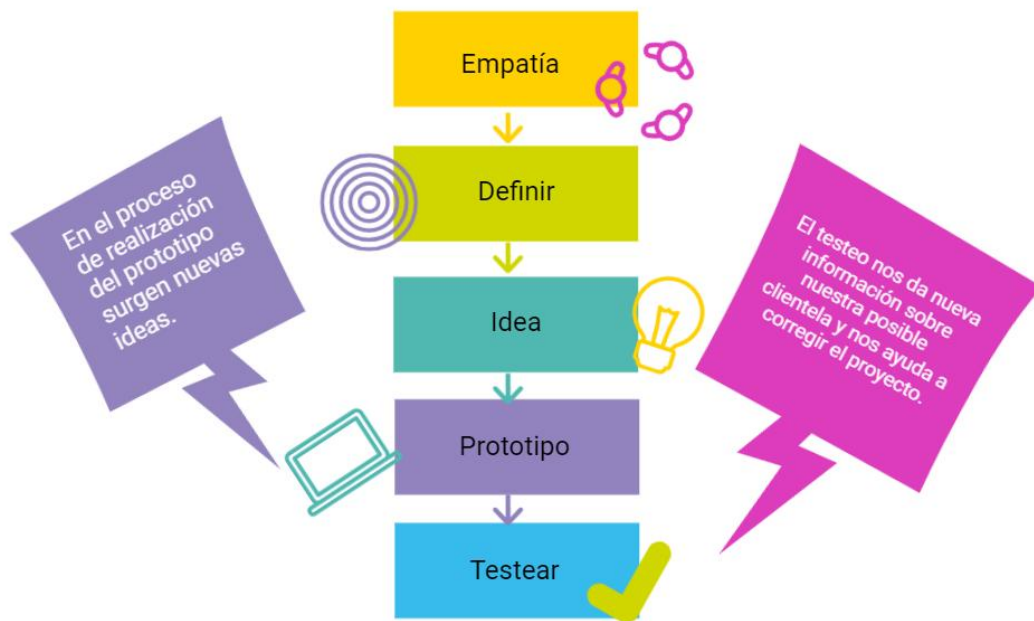
Design Thinking o "pensamiento de diseño" es una metodología que sirve como guía para generar un producto o servicio desde la concepción de la idea hasta su salida al mercado y consta de 5 (cinco) fases, que no necesariamente son lineales, ya que se puede avanzar o retroceder como parte del proceso:

Las cinco fases del pensamiento de diseño



1. **Empatizar:** investigar las características de posibles clientes/as obteniendo información sobre sus necesidades, preferencias, contexto.
2. **Definir:** tomar la información obtenida y determinar cuál es el problema en el que nos vamos a enfocar.
3. **Idear:** generar ideas y luego evaluar cuál es la mejor o más viable.
4. **Prototipar:** fabricar un producto o servicio de acuerdo a la idea seleccionada. No se trata de tener el producto o servicio más completo ni "perfecto" sino de tener una versión con características suficientes como para evaluar y corregir. A esto se lo conoce como Producto Mínimo Viable o MVP por sus siglas en inglés.
5. **Evaluar:** testear en el prototipo qué aspectos funcionaron, cuáles fallaron, qué se puede mejorar.

Las cinco fases del pensamiento de diseño



Mirá este video para conocer más sobre design thinking:



¿Cómo generar ideas?

Ahora bien, más allá de que un emprendimiento pueda surgir de una idea novedosa u original, es natural y recomendable que esa idea tenga algo que ver con nuestra experiencia, nuestro conocimiento, nuestras habilidades, y por qué no, con nuestras pasiones. Muchas personas emprendedoras han tomado como una herramienta de ayuda para generar ideas de negocio, un concepto de origen japonés denominado **ikigai**. Se lo suele representar mediante un gráfico que muestra cuatro conjuntos de factores que sirven como orientadores del pensamiento de diseño:



Ikigai funciona, así, como un disparador de ideas capaz de motivarnos y despertar tanto nuestra creatividad como nuestro compromiso con hacerlas realidad.

1.3 FODA personal para emprender

Analizar nuestro potencial

Tanto para crear nuevas ideas como para evaluar una ya existente, es importante identificar nuestros puntos fuertes, los aspectos que necesitamos fortalecer, las circunstancias del contexto que representan oportunidades u obstáculos para iniciar un emprendimiento y hacer realidad nuestra idea de negocio.

Por ejemplo, si tenemos habilidades para la cocina, nuestra idea de negocio puede estar relacionada con poner en marcha un restaurante, un servicio de comida o desayunos a domicilio. Es decir, nuestro negocio estará relacionado con aquello que conocemos y sabemos hacer. Pero también podemos identificar nuestras debilidades, como para descartar ideas que no tienen muchas probabilidades de éxito o bien para trabajar sobre ellas y superar los desafíos. Profundizar estos aspectos nos ayudará a crear un mapa que nos orientará sobre dónde nos encontramos y a dónde queremos llegar.

El análisis FODA es una herramienta que podremos utilizar para evaluar **fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas**.

1. Fortalezas: señalan los puntos fuertes de nuestra persona, nuestras habilidades y capacidades para realizar alguna acción. También está relacionada con los talentos y conocimientos que tenemos.

¿Qué habilidades poseemos? ¿Qué tareas o actividades realizamos con facilidad? ¿Qué es lo que otras personas ven como nuestros puntos fuertes? ¿Qué conocimientos poseemos?

2. Oportunidades: son situaciones externas que se pueden aprovechar para seguir creciendo.

¿Qué está pasando en el entorno que nos puede ayudar a crecer en el aspecto personal, profesional o laboral?

3. Debilidades: al contrario a las fortalezas, son factores que limitan nuestro crecimiento personal, laboral o profesional. Se relaciona con temores, conocimiento desactualizado, el desconocimiento sobre algún tema y el temor al cambio.

¿Qué puedo mejorar? ¿Qué aspectos personales son más débiles respecto a los demás? ¿Qué actitudes no me permiten avanzar?

4. Amenazas: son factores externos que limitan o desestabilizan lo que podemos hacer.

¿Qué puede afectar o frenar mi crecimiento personal, profesional o laboral? ¿Qué cambios sociales, tecnológicos, económicos o políticos me pueden afectar?

Esquema de un análisis FODA



Actividad optativa

Muchas personas emprendedoras utilizan este método para evaluar una idea de negocio. En este caso te proponemos que lo utilices para evaluar tus propias fortalezas y debilidades. Para realizar tu FODA personal, dividi en cuatro partes una hoja de papel y colocá en ellas cuáles son tus principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas y obstáculos.

Algunas técnicas de ideación:

Existen distintas técnicas para generar ideas de negocio. Veamos algunas de ellas:

-Scamper

Es una técnica que, a partir de una idea, va proponiendo distintas modificaciones que terminan por generar muchas otras ideas. Dado un elemento se trata de preguntarse qué se puede:

- Sustituir.
- Combinar.
- Adaptar.
- Modificar.
- Proponer para otros usos.
- Eliminar.
- Reordenar.

-Crazy eight (Los ocho locos):

Propone dividir una hoja en 8 partes y escribir 8 variaciones de una misma idea.

-Mapas mentales:

Consisten en generar asociaciones de ideas en papel a partir de una idea central.

-Provocaciones:

Consiste en preguntarse qué pasaría si las cosas fuera diferentes. Por ejemplo: ¿qué pasaría si no hubiera mesas en un restaurante?

- ¿Cómo podríamos?:

Consiste en completar esta frase con el resultado que queremos obtener con nuestro producto o solución. Por ejemplo: ¿cómo podríamos hacer para que las personas no pierdan tiempo esperando el colectivo?

Actividad optativa

Te invitamos a aplicar algunas las herramientas vistas en esta clase para encontrar una idea de negocio en el siguiente orden: IKIGAI, FODA personal, una o más técnicas de ideación.

En síntesis

En este módulo vimos que:

- Emprender parte de una necesidad que no está satisfecha o que se puede satisfacer de mejor manera.
- Design Thinking o pensamiento de diseño es un marco de trabajo que nos puede servir para desarrollar un producto o servicio de manera ágil.
- Nos podemos acercar a una idea de negocio desde la experiencia, las pasiones y fortalezas personales tanto como de la identificación de debilidades y obstáculos propios y del contexto.
- Existen técnicas simples que son útiles para organizar nuestro propio pensamiento de diseño.

¡Avancemos al siguiente módulo!