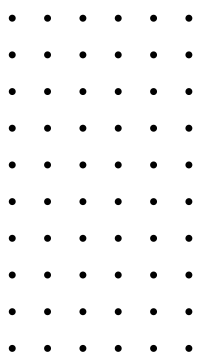
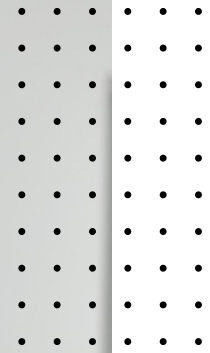




Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz

MÓDULO 2

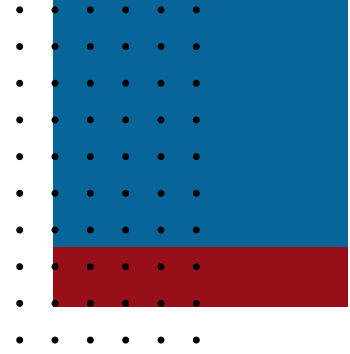


CARTILLA PARA EMPRENDER

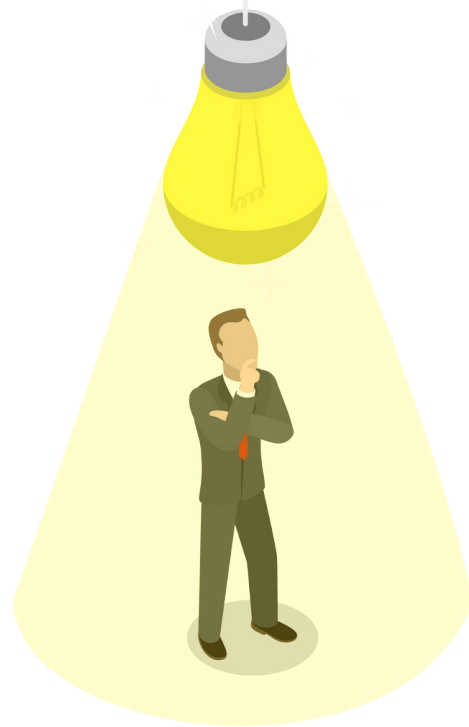
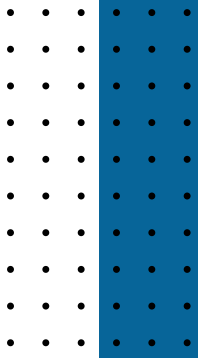
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



TABLA DE CONTENIDOS



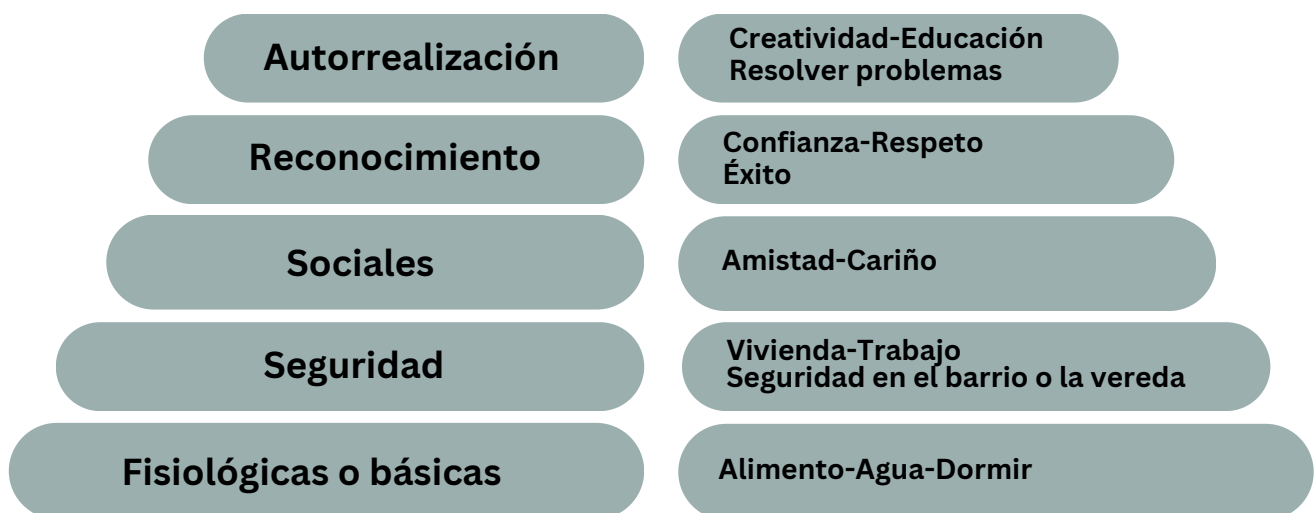
01. ¿Qué es una idea de negocio?
02. Sé innovador
03. Realiza un análisis de tus ideas de negocio
04. De idea de negocio a una oportunidad cuando...
05. Cómo debe actuar una persona emprendedora...
07. Ponte metas
08. Dimensiones a analizar
09. Matriz DOFA para emprender
10. Delimita tus potenciales clientes
11. Puedes segmentar tu público objetivo
12. Motívate y busca oportunidades
13. Realiza un ejercicio
14. Referencias bibliográficas



¿TIENES UNA IDEA DE NEGOCIO?

Una idea de negocio puede surgir de diversas fuentes, como identificar una necesidad no cubierta en el mercado, observar tendencias emergentes, reconocer problemas que pueden resolverse de manera más eficiente, o incluso a partir de la combinación de habilidades y conocimientos para crear algo nuevo.

Para crear una idea de negocio es importante analizar la "Pirámide de Maslow" donde se clasifican las necesidades. Algunas de estas necesidades representan oportunidades significativas en el mercado.



SÉ INNOVADOR

La innovación permite a una empresa destacarse en un mercado saturado ofreciendo algo único o mejorado en comparación con la competencia. Esto puede ayudar a captar la atención de los clientes y generar una ventaja competitiva sostenible.

La innovación no se limita exclusivamente a la introducción de tecnologías novedosas, sino que también incluye la optimización de procesos, la redefinición de modelos de negocio, la innovación en estrategias de marketing, o cualquier iniciativa que permita destacar y satisfacer de manera más eficiente las demandas de los clientes.

Qué necesito para ser innovador?

Para ser innovador, es necesario cultivar ciertas cualidades y adoptar determinadas prácticas. Aquí hay algunas cosas que puedes hacer para fomentar la innovación:

1. **Mentalidad abierta:** Estar dispuesto a cuestionar el status quo y considerar nuevas ideas y enfoques.
2. **Curiosidad:** Mantenerse informado sobre las últimas tendencias, tecnologías y desarrollos en tu campo de interés.
3. **Creatividad:** Estimular la generación de ideas nuevas y originales mediante la experimentación y la exploración de diferentes perspectivas.
4. **Flexibilidad:** Estar dispuesto a adaptarse y ajustar tu enfoque en función de los resultados y el feedback recibido.
5. **Colaboración:** Trabajar en equipo y aprovechar las ideas y habilidades de otras personas para generar soluciones innovadoras.
6. **Tolerancia al riesgo:** Estar dispuesto a asumir riesgos calculados y aceptar el fracaso como parte del proceso de aprendizaje.

REALIZA UN ANÁLISIS DE TUS IDEAS DE NEGOCIO

El proceso de concebir, analizar y perfeccionar ideas constituye la piedra angular de la innovación y el crecimiento empresarial. En este contexto, la habilidad de evaluar de manera efectiva las propuestas de negocio se erige como un factor determinante para distinguir entre la viabilidad y el fracaso. Este proceso no solo implica medir la originalidad y creatividad de una idea, sino también sopesar su adecuación al mercado

identificar posibles obstáculos y anticipar oportunidades.

En este contexto, exploraremos la importancia de evaluar minuciosamente las ideas de negocio, destacando herramientas y enfoques clave que permitan a los emprendedores tomar decisiones informadas y estratégicas en la búsqueda del éxito empresarial.



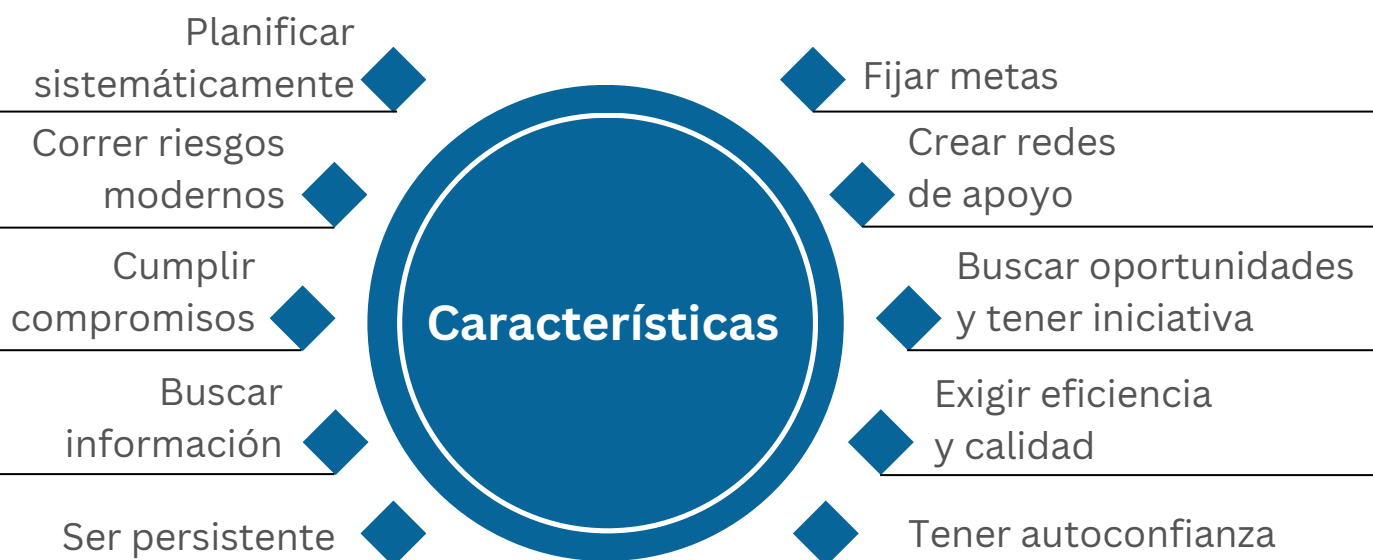
Para analizar tus ideas está el siguiente cuestionario:

- ¿Es esta propuesta lo suficientemente única en comparación con lo que ya está disponible en el mercado?
- ¿Quiénes serían los potenciales compradores de este producto o servicio?
- ¿Existe un número adecuado de clientes potenciales para respaldar este negocio?
- ¿Los costos asociados con la producción de este bien o servicio, en relación con su posible precio de venta, generarían ganancias?
- ¿Cuento con los recursos y habilidades necesarios para iniciar este proyecto empresarial?
- ¿Cuántas personas (equipo de trabajo) serían necesarias para poner en marcha esta idea?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de esta idea en particular?

De idea de negocio a una oportunidad cuando...

- Proporciona una alternativa única y original que se distingue de lo que ya está disponible en el mercado.
- Cuenta con una considerable cantidad de potenciales clientes.
- Genera ganancias
- El equipo cuenta con los recursos y competencias necesarios para iniciar la implementación de la idea.
- Es factible capitalizar las fortalezas para mitigar las debilidades.

Cómo debe actuar una persona emprendedora...



PONTE METAS

Fijar metas y objetivos claros es fundamental para cualquier emprendimiento, ya que proporciona dirección, motivación y un marco para evaluar el progreso. Aquí hay algunas sugerencias sobre cómo establecer metas y objetivos efectivos al emprender:

Específicas y medibles:

Las metas deben ser definidas de forma precisa y específica, lo que implica establecer objetivos que sean claramente cuantificables. Por ejemplo, en lugar de tener una meta general como "aumentar las ventas", se puede especificar "incrementar las ventas en un 20% durante el próximo trimestre".

Realistas y alcanzables:

Es esencial fijar metas que sean factibles y realistas dadas las limitaciones de recursos disponibles. Ten en cuenta aspectos como el tiempo, el presupuesto y las habilidades del equipo al establecer tus objetivos. Establecer metas poco realistas puede resultar en desmotivación y fracaso.

Relevantes y alineadas con la visión:

Es fundamental que las metas estén en sintonía con la visión y la misión de tu empresa. Deben ser pertinentes para el progreso y la prosperidad a largo plazo de tu negocio. Asegúrate de que cada objetivo contribuya de manera significativa a la realización de la visión empresarial.

Temporales y con plazos definidos:

Establece plazos claros para tus metas y objetivos. Esto ayuda a crear un sentido de urgencia y proporciona un marco temporal para el seguimiento y la evaluación del progreso. Dividir metas grandes en objetivos más pequeños con plazos específicos puede hacerlas más manejables y alcanzables.

Flexibles y adaptables:

Definir plazos concretos para tus metas y objetivos es crucial. Esto ayuda a crear un sentido de urgencia y proporciona un marco temporal para monitorear y evaluar el avance. Desglosar metas grandes en objetivos más pequeños con plazos específicos puede facilitar su manejo y logro.

Comunicación y seguimiento:

Transmite tus metas y objetivos a tu equipo y otros grupos de interés pertinentes. Implementa un sistema regular de seguimiento y revisión para evaluar el avance hacia tus metas y realizar ajustes si es necesario. La transparencia y una comunicación abierta contribuirán a mantener a todos informados y comprometidos con el logro de los objetivos.



Recuerda

La planificación debe ser vista como un proceso constante, en el cual el monitoreo y la supervisión basados en información te permiten realizar los cambios necesarios para alcanzar tus metas u objetivos.

DIMENSIONES A ANALIZAR

El logro de nuestros objetivos se ve influenciado por factores tanto internos como externos, los cuales pueden tener un impacto positivo o negativo en nuestras metas.

Al analizar detenidamente el entorno y ser conscientes de las variables que pueden afectar nuestro camino, podemos tomar decisiones informadas y seleccionar alternativas que se alineen con nuestras expectativas.

Este enfoque nos permite evitar la desmotivación causada por posibles obstáculos y nos otorga la capacidad de encontrar nuevas formas de alcanzar nuestros objetivos.

Factores internos

Familia:
La familia, a pesar de no ser siempre considerada, puede tener un impacto tanto positivo como negativo en la consecución de nuestros objetivos.

Intereses: Se refiere a todos los aspectos que nos resultan atractivos y a los que usualmente dedicamos más atención.

Habilidades: Se refieren a la capacidad y experiencia que posees para llevar a cabo una actividad, lo que te permite sentirte cómodo al realizarla.

Sociales: El aspecto social se refiere al entorno en el que te desenvuelves y a las personas que te rodean.

Económicos: Los aspectos económicos están vinculados a los recursos disponibles para alcanzar el objetivo establecido.

Actitud: Es la manera en que reaccionamos emocionalmente o nos expresamos ante las situaciones que enfrentamos en la vida.

Valores: Los valores son aquello que consideras importante y que moldea tus comportamientos y decisiones.

Culturales: Lo cultural está íntimamente relacionado con las creencias y valores arraigados en el entorno donde te encuentras.

Factores externos

MATRIZ DOFA PARA EMPRENDER

La matriz DOFA es una herramienta de análisis estratégico que se utiliza para evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, proyecto o situación. Su nombre es un acrónimo de las palabras en español: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. También es conocida como matriz FODA.

En esencia, la matriz DOFA consiste en un cuadro dividido en cuatro secciones, una para cada aspecto (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas). En estas secciones, se enumeran y analizan los factores internos y externos que pueden influir en el desempeño o desarrollo de una empresa, proyecto o idea emprendedora.

DOFA

Fortalezas (F): Son los aspectos positivos internos de una empresa, como recursos, habilidades, ventajas competitivas, reputación, etc.

Debilidades (D): Son los aspectos negativos internos de una empresa, como limitaciones de recursos, fallos en la gestión, deficiencias en productos o servicios, etc.

Oportunidades (O): Son situaciones externas favorables que la empresa podría aprovechar para su beneficio, como nuevas tendencias de mercado, cambios en la legislación, avances tecnológicos, etc.

Amenazas (A): Son situaciones externas que podrían poner en riesgo el éxito de la empresa, como competencia intensa, cambios económicos adversos, cambios en preferencias del consumidor, etc.

DELIMITA TUS POTENCIALES CLIENTES

Los potenciales clientes son todas las personas, hogares o empresas que podrían comprar tu producto o servicio. Al identificar y definir claramente el público objetivo, se puede adaptar el producto o servicio de manera más precisa a sus necesidades y preferencias. Esta personalización aumenta las posibilidades de satisfacer las expectativas del cliente, lo que puede traducirse en lealtad y recomendaciones

¿Cómo defino mis clientes potenciales?



1

Obtén información de primera mano a través de tus potenciales clientes, ya sea observándolos, realizando encuestas o entrevistas; o bien, consulta fuentes secundarias como estudios, estadísticas o documentos previamente publicados.

Por ejemplo revistas, informes o páginas web de entidades públicas, universidades, cámaras de comercio, entre otras.

2

Si estás introduciendo un producto o servicio nuevo, recopila datos sobre productos o servicios similares para obtener información relevante.

3

Analiza la información que hayas recogido y saca conclusiones

Consejo: Si te resulta difícil obtener información de fuentes secundarias, considera llevar a cabo una encuesta entre tus potenciales clientes. Incluye preguntas como:

1: ¿Cada cuánto compra (nombre del producto)?

2: ¿Cuántos (nombre del producto) compra?

PUEDES SEGMENTAR TU PUBLICO OBJETIVO

El público objetivo se refiere al grupo específico de personas o empresas a las que una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y ventas. Estas personas comparten características demográficas, psicográficas o de comportamiento que las hacen más propensas a estar interesadas en los productos o servicios que la empresa ofrece.

Esta definición se enfoca en los factores que influyen en la oferta y la demanda dentro de un sistema económico. Algunos de estos elementos pueden involucrar:

- Geográfico: Seleccionando una zona específica, como un vecindario, una localidad o un municipio, entre otros.
- Demográficos: Basados en factores como género, edad, nivel educativo, ingresos, estado civil, entre otros.
- Psicológicos: Relativos a la clase social, estilo de vida, personalidad, hábitos, intereses y preferencias, entre otros aspectos.
- Conductual: Considerando aspectos como la ocasión de compra, los beneficios deseados, el estatus social, la fidelidad a la marca, entre otros.



MOTÍVATE Y BUSCA OPORTUNIDADES

"Es común escuchar a personas de nuestro círculo social que expresan frases como: 'aquí no hay oportunidades' o 'otros tienen más suerte que yo'. Estas afirmaciones reflejan una mentalidad de pasividad y resignación frente a las circunstancias. Sin embargo, ¿realmente no existen oportunidades a nuestro alrededor, o es que no las estamos reconociendo?

La verdad es que las oportunidades están presentes en todas partes, pero a menudo requieren de una mirada aguda y de iniciativa para ser descubiertas y aprovechadas. ¿Qué significa tener iniciativa en este contexto? Implica estar dispuesto a tomar acción, a salir de nuestra zona de confort y a buscar activamente formas de mejorar nuestra situación.

No se trata de esperar a que la suerte nos sonría, sino de estar preparados y dispuestos a crear nuestras propias oportunidades. La preparación juega un papel crucial en este proceso, ya que nos brinda las herramientas y el conocimiento necesario para reconocer y aprovechar las oportunidades que se presenten ante nosotros.



Recuerda

"El verdadero emprendedor no espera a que las oportunidades toquen a su puerta, las busca con determinación, las crea con pasión y las conquista con perseverancia."

REALIZA UN EJERCICIO

De acuerdo con el análisis DOFA, realiza el siguiente ejercicio:

1- División de la Pizarra:

- En el papel grande o pizarra, dibuja una matriz DOFA dividida en cuatro secciones: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

2- Identificación de Fortalezas y Debilidades:

- Reflexiona sobre tus propias fortalezas y debilidades, así como las de tu proyecto emprendedor.
- Escribe tus ideas en las secciones correspondientes de la matriz.

3- Exploración de Oportunidades y Amenazas:

- Analiza el entorno externo, incluyendo el mercado, la competencia, tendencias económicas, regulaciones, entre otros aspectos.
- Identifica oportunidades que podrías aprovechar y amenazas que podrías enfrentar. Anota tus ideas en la matriz.

4- Discusión y Reflexión:

- Reflexiona sobre los elementos identificados en tu matriz DOFA. ¿Hay alguna sorpresa? ¿Alguna tendencia inesperada?
- Piensa cómo podrías utilizar tus fortalezas para enfrentar las amenazas y cómo podrías aprovechar las oportunidades.

5- Desarrollo de Estrategias:

- Basándote en tu análisis DOFA, desarrolla estrategias para potenciar tus fortalezas, mejorar tus debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas.
- Sé creativo y piensa en soluciones prácticas y realistas.

6- Plan de Acción:

- Crea un plan de acción basado en las estrategias identificadas. Define pasos concretos y fechas límite para implementar estas estrategias en tu proyecto emprendedor.

¡Ahora es tu turno! Toma acción y comienza a construir el camino hacia el éxito de tu negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cartilla emprender Juana Mieles bj. (2018, abril 13). Issuu.
https://issuu.com/tallercreativoaleida/docs/cartilla_emprender_juana_mieles_bj

Cartilla de comportamiento emprendedor (2020) pdf.
<https://www.fondoemprender.com/DOCSContenido/Cartilla%20Comportamiento%20Emprendedor.pdf>

Cartilla emprendimiento (2016) Repositorio SENA
<https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/4646>

¿Qué es una matriz DOFA? Descubre cómo usar esta herramienta para potenciar tus. (2023, September 22). Programas.
<https://programas.uniandes.edu.co/blog/que-es-una-matriz-dofa-descubre-como-usar-esta-herramienta-para-potenciar-tus-fortalezas>

Segmentación de mercado. (2023, June 14). Infoautonomos.
<https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/segmentacion-de-mercados/>

González, S. (2020, March 16). Definición de Negocio. Eactivo;
eactivo. <https://www.eactivo.es/glosario/negocio/>