



UNIDAD 1

DESCUBRE TU IDEA

¿POR QUÉ QUIERES EMPRENDER?

Ya hemos dicho que el emprendimiento es la actitud que nos permite comenzar nuevos proyectos, que contienen un alto valor agregado y que implican una enorme porción de riesgo. Pero, ¿cuáles son nuestras motivaciones para emprender? ¿Qué nos motiva a tomar esos riesgos y cumplir con esa meta final que nos hemos trazado?

Conocer los motivos por los cuáles deseas emprender te permitirá avanzar con tu idea o modelo de negocio, a pesar de las dificultades. En tu recorrido por el camino emprendedor, es posible que te encuentres con críticas, juicios de valor y escepticismo (personas que dirán que tu idea de negocio no funciona) ... Por eso, es importante que tengas plena confianza en tus talentos, potencialidades y motivos para emprender, ya que serán tu fuerza y motor para seguir adelante.

Pero antes de explorar tus motivos para emprender, es importante que respondas a la siguiente pregunta: ¿cuál es tu propósito o visión en la vida?

Ten en cuenta que el propósito de vida nace del deseo que refleja y visualiza el futuro y el papel que desarrollo en él.



SENA
Emprende
Rural

¿Todavía sigue siendo difícil? Bueno, intenta responder las siguientes preguntas:



Ubica las respuestas a las preguntas en una gráfica similar a esta y encuentra tu propósito:



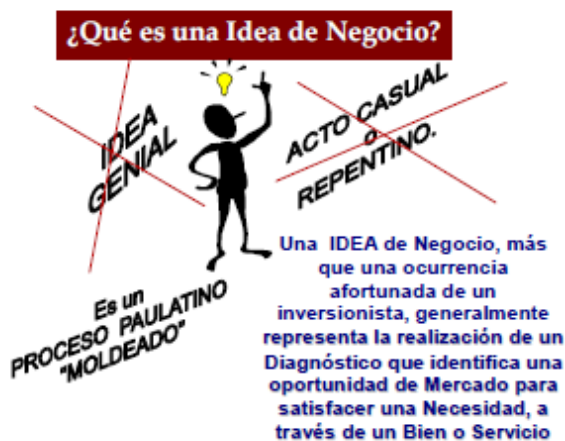
Una vez hayas encontrado tu propósito, será más sencillo identificar las motivaciones que tienes para emprender. En los siguientes renglones, escribe tus motivaciones para emprender:

Una idea puede surgir de...

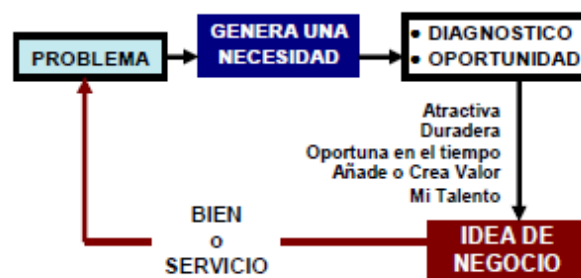


...o la suma de todos

Existen muchos lugares de donde pueden surgir ideas de negocio. Existen dos guías básicas para generar ideas de negocio: la primera es la capacidad para crearlas; la segunda consiste en reevaluar ideas ya propuestas



Toda Idea de Negocio responde a un Problema que se transforma en una Necesidad de alguna Persona.



La idea puede buscarse o surgir de la simple observación del entorno, la experiencia, la imaginación o las aficiones. Una vez definida conviene plantearse qué necesidades pretende cubrir, qué productos o servicios similares existen ya en el mercado, cuál ha sido su acogida por los consumidores, cuales son sus puntos débiles...

El aprendiz de empresario debe empezar por tener confianza en sí mismo y en su iniciativa. Si definir la idea para desarrollar un proyecto es clave para fundamentar un negocio, tener fe en ella y en su futuro no lo es menos. Observar el entorno y las reacciones y demandas de los usuarios es un buen comienzo.

A continuación se describe algunos factores para tener en cuenta en el inicio del proceso de generación de ideas **empresariales**:

Técnicas creativas:

· Flexibilidad mental · Capacidad de observación · Tolerancia al cambio · Pensamiento lateral · Tormenta de ideas · Curiosidad

Cambios en el mercado: · Los sectores empresariales · El mercado · La producción · La distribución · La comercialización · La financiación · El servicio posventa

Análisis personal: · Circunstancias profesionales · Experiencia laboral · Conocimientos adquiridos · Formación académica · Circunstancias personales · Conocimientos técnicos que se tengan de un mercado, sectores o negocios concretos · Aptitudes · Habilidades · Aficiones · Viajes · Hobbies · Deportes

Oportunidades: · “Huecos” de mercado (Mercados no abastecidos) · Deficiencias · Incongruencias · Lo inesperado · Demandas no satisfechas · Nuevos usos · Nuevos conocimientos · Innovación · Creatividad · Repetir experiencias ajenas · Posibilidad de mejorar un proceso

Cambios en el entorno

IDEACION

La ideación es una fase fundamental al momento de construir una idea de negocio innovadora, este proceso permite estimular la creatividad y propuestas de solución a problemas de manera holística teniendo en cuenta diferentes variables del entorno.



FORMATO DE EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

En esta tabla vas a encontrar la idea de negocio vista desde tres perspectivas que son los principales criterios principales que deberíamos tener en cuenta para evaluar una idea:

- **Perspectiva persona:** Esta parte tiene como objetivo que hagas un ejercicio de autoevaluación consciente y analices si te identificas con la idea de manera personal. La raíz de éxito está en lo que cada uno podemos aportar para lograr la realización de una idea o proyecto.
- **Perspectiva mercado:** en la segunda sección evaluamos las variables externas que influyen directamente en el desarrollo de la idea, como el potencial de mercado, la competencia y los elementos innovadores de la misma. Puede que una idea sea muy interesante para nosotros porque se alinea con nuestras habilidades o gustos, pero en el mercado no es necesariamente atractiva, por lo que es necesario poner ambos aspectos en la balanza.
- **Perspectiva recursos:** en esta ecuación de evaluación debemos incluir los recursos necesarios para llevar a cabo esta idea. Ahora que identificamos que existe un mercado y que cuento con las habilidades y la afinidad necesaria para hacer la realidad la idea, debemos adicionar un análisis de los recursos económicos, humanos y tecnológicos. Cuando ya tengas lista la tabla, la idea que tenga el mayor puntaje será la idea que finalmente cumple con los criterios de evaluación para elegida como tu idea de negocio!

Formato de evaluación de ideas de negocio																	
No.	Idea de negocio	Perspectiva de persona				Perspectiva de mercado					Perspectiva recursos						
1	Criterios de evaluación:	Me gusta la idea	Tengo talento para ejecutar la idea	Conozco sobre el tema	Tengo experiencia	Tengo una red de contactos	Hay mercado potencial	La idea atiende necesidades insatisfechas	Conozco la competencia	Sé cómo vender el producto	La idea es innovadora	Puedo conformar un equipo	Cuento con la tecnología necesaria	Puedo conseguir materias primas	Cuento con los recursos económicos	Este negocio puede ser rentable	T O T A L *
2																	
3																	
4																	
5																	
	Ejemplos																
	Servicio de correo para tiendas y pequeños negocios	5	5	4	4	5	4	4	3	2	3	4	3	5	4	4	3,93
	Producción y venta de bocadillo dietético	3	3	2	2	4	4	3	2	2	4	5	4	5	4	3	3,33
*Para obtener el total, se suman todos los puntajes de la idea y se dividen por 15 (total de factores que califican).																	

Fuente: Programa Nacional de Emprendimiento: "Región Empresaria" – Cámara de Comercio de Bogotá (2011).

IDENTIDAD CORPORATIVA

la suma de características, valores y creencias con las que una empresa se identifica y que se transmiten a través de una imagen de marca definida.

En realidad, se trata de dotar de personalidad a la empresa y destacar que la hace única y diferente.

Estos son los elementos clave que tendrás que crear para tu nueva empresa.

1-NOMBRE

El nacimiento de una nueva empresa siempre lleva aparejado el difícil proceso de la elección de un nombre. El nombre es el primer elemento de diferenciación de una empresa y debe ser elegido con cuidado. Un nombre debe ser claro y fácil de recordar. Son mejores los nombres cortos y sencillos. Entre otras cosas, buscaremos que el nombre sea atractivo, único y moderno.

2-LOGOTIPO

El logotipo es un diseño que puede acompañar o sustituir al nombre de la empresa. Es tan importante como el mismo nombre y debe resultar reconocible. Todos tenemos en mente los



logotipos de grandes empresas internacionales ya que al ser una imagen es fácilmente recordado y reconocido.

Cuando creamos un logotipo hay que tener en cuenta qué queremos que nuestra empresa transmita y a qué público va dirigido.

3-TIPOGRAFÍA

La tipografía debe representar la identidad de la marca y es clave para una identidad visual efectiva. La tipografía debe ser clara, fácil de leer y estar en consonancia con lo que la marca quiere transmitir.

4-COLORES

El color es algo que tampoco se debe dejar al azar. Cada color transmite sensaciones diferentes. Los azules se relacionan con la seriedad y el mundo de los negocios. El rojo transmite actividad y emoción y los tonos verdes está relacionado con la naturaleza, pero también con el crecimiento. El blanco, gris y negro son colores clásicos y equilibrados, ideales para marcas que quieren transmitir prestigio y exclusividad.

5- IMÁGENES

El uso de imágenes es importante dentro de la empresa. Las imágenes deben ser coherentes con el resto de la imagen de marca y transmitir los valores de la empresa.

ESLOGAN

Un eslogan es uno de estos elementos, que puede grabarse en la mente de los espectadores y que también es un elemento diferenciador de la competencia, lo cual puede darle prestigio, credibilidad, confianza y originalidad al negocio.

La palabra eslogan (del inglés slogan) es una frase que identifica a una marca, empresa o incluso a un personaje, con una expresión de forma repetitiva, con el fin de crear confianza, de atraer la atención o de potenciar las ventas, por lo cual se utiliza con frecuencia en el contexto comercial y publicitario.

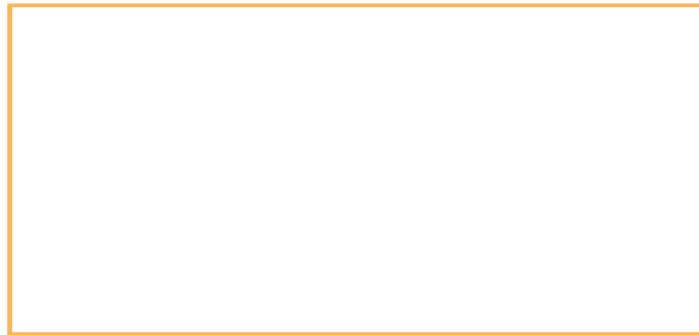
Plasma tu idea

¡Te cuento que has llegado a un punto fundamental al que muchos emprendedores les cuesta llegar, has definido tu idea de negocio! Llegó la hora de comenzar a construir lo que llamamos el prototipo, desde la base de qué es importante fallar rápido y aprender rápido, invitamos a las personas a hacer un prototipo de su idea de negocio.

Los prototipos son una manera sencilla y económica de conectar con tu usuario y permitirles que conozcan tu idea de negocio. Estás en un espacio seguro en el que cualquier falla puede ser corregida y presentar mejoras. Así que vamos a crear con las manos y poner toda tu creatividad en marcha.

En primer lugar, ponle nombre a tu negocio:

Ahora, crea un slogan y un logo:



Define la misión, visión y valores de la empresa.

La misión, visión y valores de tu empresa conforman la filosofía corporativa. ¿Qué quiere decir esto? Que necesitas definir qué hace tu empresa, cómo lo haces y a dónde quieres llegar.

Es necesario que tus empleados lo tengan siempre en cuenta a la hora de establecer tus acciones de marketing. Y, además, puede convertirse en una herramienta muy poderosa para tu marca.

- **Misión:** Define cuál es el objeto, el propósito o la razón de ser de tu empresa. Generalmente la misión de una empresa responde a la pregunta “¿Por qué existe esta empresa?”.
- **Visión:** Define las metas que quieres alcanzar. ¿A dónde quieres llegar? ¿Dónde te ves en el futuro? Saber responder a estas preguntas te ayudará a establecer las acciones a realizar.
- **Valores:** Establece los límites, criterios y principios éticos sobre los que se basa tu empresa. ¿Qué estás dispuesto a hacer o qué no para lograr tus objetivos? Esto te permite crear tu código de conducta y las pautas de comportamiento de tu empresa.