

**IE.D. MONSEÑOR AGUSTÍN GUTIÉRREZ,
GUIA DE TRABAJO DE EMPRENDIMIENTO**

UNIDAD 1. LA IDEA EMPRENDEDORA

Objetivo de la unidad

Explicar cómo surgen las ideas emprendedoras innovadoras.

Preguntas guía

¿Qué es innovación?

¿De dónde vienen las ideas innovadoras?

¿Por qué es importante innovar en un emprendimiento? ¿Cuánto de innovación es suficiente y cuánto es demasiado?

Contenidos a desarrollar

- Ideas (**procedimental**) **Consultar sobre ideas de emprendimiento en Colombia**
- Ideas de negocios (**procedimental**) **qué ideas de emprendimiento han dado origen a negocios sostenibles?**
- Innovación (**procedimental**) **Cuál es su idea para generar un emprendimiento que sea sostenible a nivel local?**

Según el diccionario de la Real Academia Española, una idea es el “primero y más obvio de los actos del entendimiento, que se limita al simple conocimiento de algo.”

Los tipos de ideas y los tipos de substancias son dos aspectos fundamentales del pensamiento del filósofo René Descartes. Según Descartes hay tres tipos de ideas: adventicias, facticias e innatas.

Las adventicias nacen de la experiencia sensible, es decir, las hemos experimentado a través de los sentidos; **las facticias** nacen de la combinación de más de una idea, son producto de la imaginación; y **las innatas** son las ideas que tenemos claras por el hecho de existir, no por experiencia ni por combinación, por ejemplo: la idea de Dios. (Mestre Chust, 2018)

Las ideas de negocios pueden venir de la experiencia o de la imaginación. Una idea de negocios es algo que, enfocado en una necesidad, propone una solución a dicha necesidad. Así, por ejemplo, la solución a la necesidad fisiológica de alimento puede ser una fruta o un alimento preparado, como una pizza.

Según (Willmore, 2016), para evaluar las ideas de negocios, debemos tomar en cuenta tres aspectos importantes de la personalidad del estudiante:

Talento: lo que mejor sabes hacer.

Pasión: lo que disfrutas hacer y no te aburres.

Propósito: lo que te gustaría ser o aquello que, al pensarlo, te da gran felicidad y te hace sentir realizado.

Para conseguir su propósito, una idea de negocios debe llevarse a la práctica. Dos pasos previos de la puesta en marcha es conocer el mercado y a sus clientes potenciales y proponer innovaciones.

Explicar cómo surgen las ideas emprendedoras innovadoras.

Dinámica 1: Juguemos a las ideas. Papel y lápiz

- **Transformando las ideas en innovación.** Ideas tradicionales
- **Reflexión grupal.** No se requieren materiales
- **Observación.** Espacio donde transiten personas
- **Puesta en común de la observación en grupos.** No se requieren materiales

Dinámica 2: Trabajo en grupos para la generación de ideas de negocios. Guía de emprendimiento

- **Presentación de las ideas a los otros grupos.** No se requieren materiales
- **Intercambio de ideas entre los grupos.** Guía de emprendimiento
- **Adaptación e innovación respecto a la idea de otro grupo.** No se requieren materiales

Dinámica 1: Juguemos a las ideas

Instrucciones: Escribe en el espacio indicado tantas palabras como puedas. Clasifica las ideas según lo estudiado en el material conceptual

IDEAS ADVENTICIAS	IDEAS FACTICIAS	IDEAS INNATAS

Transformando ideas en innovación (hacer crecer las ideas):

Instrucciones: Imagina que una de las ideas que tuviste crece, sea en tamaño, en alcance, en cantidad, en lo que se te ocurra. Se creativo y escribe todo el proceso de crecimiento en el siguiente gráfico.

Observación:

En un lugar público observa por 5 minutos a un grupo de personas que ahí se encuentran y lo que hacen. Identifica 3 necesidades o problemas y escribe 3 propuestas de solución. Luego en el salón de clases, harán una puesta en común de los hallazgos de la observación en grupos de 5 personas.

NECESIDAD	SOLUCIÓN

Dinámica 2: Trabajo en grupo: generación de ideas de negocios

Instrucciones: Junto a tus compañeros de equipo, con los que trabajaste en la dinámica anterior, elije un cliente potencial y hagan una lluvia de ideas de todas los satisfactores de las necesidades del tipo de persona seleccionada. Anota todas las ideas que se les ocurran en el cuadro de abajo, sin ningún orden en particular, así como vayan surgiendo.

Descripción del cliente potencial:

Intercambio de ideas con otro grupo: Con posterioridad, se reúnen de a dos grupos para intercambiar y exponer sus ideas. Cada equipo expone las suyas y escucha las del otro grupo. Luego discuten y defienden sus propuestas.

Adaptación e innovación sobre la idea del otro grupo Cada equipo selecciona la idea que más le gusta y se la asigna al otro grupo para que este haga alguna innovación respecto a la propuesta inicial. De este modo, todos los grupos innovan con las ideas de sus compañeros.

Idea seleccionada por el grupo: _____

Propuesta de idea mejorada por el grupo: _____

REFLEXIONA

Las ideas se manifiestan en formas diferentes. Los artistas conocen el proceso de las ideas como el de inspiración. Una persona emprendedora debe estar atenta a las ideas que tenga en el transcurso del día y anotarlas en una pequeña libreta y seguir el proceso de reflexión hasta “enamorar de una idea de negocios”. Esto se discutirá más adelante.

UNIDAD 2. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Objetivo de la unidad

Utilizar la creatividad e innovación para la generación de ideas de negocios.

Preguntas guía

¿Qué es creatividad?

¿Qué es innovación?

¿Cómo puedo ser una persona más creativa?

¿Cómo puedo hacer innovaciones en mi labor estudiantil?

Contenidos a desarrollar

La creatividad (**actitudinal**)

La innovación (**actitudinal**)

Factores que favorecen la creatividad y la innovación (**procedimental**) El método *design thinking* o pensamiento de diseño (**procedimental**)

La creatividad: Es la habilidad de procesar información para crear ideas y objetos originales. Es el uso productivo de la imaginación, con la que se crea o altera todo aquello que no existía y que puede llegar a ser una realidad. La creatividad, como parte del proceso de innovación, también se puede aprender, fomentar y facilitar⁶.

La palabra «creatividad» proviene de «creación». Crear implica pasar una idea de lo abstracto a lo concreto, materializarla. De ahí que la persona emprendedora sea, en su raíz, una persona creativa, porque es capaz de materializar su idea y convertirla en un emprendimiento.

Su origen es anglosajón (el término en inglés es *creativity*). Es un sustantivo derivado del infinitivo «crear», que procede del latín *creare* y que está asociado con otra voz latina, *crecere* (crecer).

Por definición, creatividad es «facultad de crear», «capacidad de creación».

El pensamiento creativo comienza con preguntas: ¿son realmente los objetos solo lo que asumimos que son?, ¿o son de esa forma porque así es como los vemos? A través de los siglos, la gente creativa ha aportado nuevas soluciones a los problemas de su tiempo. Esta habilidad es esencial para el bienestar de la raza humana.

La capacidad creadora puede considerarse como pensamiento divergente, como la capacidad de pensar de un modo original e innovador que se sale de las pautas aceptadas y logra encontrar distintas soluciones a un problema, llegando incluso a cambiar los planteamientos mismos del problema.

La creatividad también tiene relación con el pensamiento divergente. El pensamiento divergente es un tipo de pensamiento que satisface los criterios de originalidad, inventiva y flexibilidad. La persona con pensamiento divergente se mueve en varias direcciones en busca de la mejor solución para resolver problemas a los que siempre enfrenta como nuevos.

Para (Porter, 1990), “las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a esta se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas”.

Como ya mencionamos, uno de los aspectos motivacionales del emprendedor es la necesidad por innovar. (Coyne, 2007) definió a la creatividad como el pensar en ideas nuevas y apropiadas; y a la innovación como la aplicación con éxito de las ideas dentro de una organización. Por lo tanto, se asume que, la creatividad es el concepto y la innovación es el proceso de aplicar dichas ideas creativas.

Estos dos conceptos deben ser llevados de la mano, pues uno depende del otro. Tener creatividad sin innovación, es sencillamente tener una idea en la cabeza sin que nadie la conozca ni la utilice; mientras que innovar sin añadir

algo nuevo, es sólo un proceso de llevar un producto o servicio que no representará un reto para la competencia o el mercado de clientes.

Sin creatividad e innovación, tendríamos más de lo mismo. No ocurriría desarrollo económico y, probablemente, sólo las grandes empresas subsistirían.

Factores que favorecen la creatividad y la innovación

- Apasionarse... incluso hasta un cierto grado de obsesión.
- Mirar las cosas al revés.
- Escuchar y observar, especialmente a aquellos que piensan distinto.
- No perder una actitud lúdica frente al problema, no tomarlo demasiado en serio. Sentir
- libertad de acción.
- Poder experimentar, asumir el riesgo de lo nuevo.
- Tener un clima de confianza que permita perder el miedo al fracaso.
- Sentir que se valora el tiempo y el esfuerzo dedicado

Una idea sólo es buena si resuelve un problema y nadie más ha pensado en ella.

El pensamiento de diseño o design thinking es la forma en que piensan los diseñadores. Es un nuevo modelo de innovar, que se centra en buscar soluciones u oportunidades para resolver necesidades de las personas y la sociedad.

Según la empresa IDEO, que inventó el término Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

El Pensamiento de Diseño se basa en el concepto de divergir (crear ideas sin juzgarlas) y converger (analizar y evaluar ideas sin crearlas). Esto es un proceso que debe hacerse por separado, pero de forma seguida y continúa. Los estudiantes sugieren ideas y luego las evalúan; se presentan y rechazan hasta llegar a aquellas ideas que sí tengan potencial.

El *design thinking* se desarrolla mediante un proceso de 5 etapas en el que destacan los siguientes aspectos:

1. **Empatía:** hay que entender los problemas, necesidades y deseos de las personas implicadas en el problema que queremos solucionar. En este sentido, el *design thinking* siempre conlleva la necesidad de trabajar para otros.
2. **El trabajo en equipo:** trabajar en equipos multidisciplinares mejora la calidad de las soluciones, pues si bien cada uno aporta desde su individualidad, el equipo opera como un transformador y potenciador de eso que cada integrante aporta.
3. **Prototipado:** toda idea debe ser validada, por lo que hay que prototipar (generar prototipos) para ir identificando los fallos hasta que demos con la solución deseada.
4. **Atmósfera lúdica:** hay que trabajar, pero disfrutando el proceso, de forma tal que podamos incrementar nuestro potencial.
5. **Contenido visual y plástico:** en este método de innovación, se utiliza sobre todo el lenguaje visual, puesto que es una herramienta usada en diseño y publicidad, pero cualquier lenguaje es válido. Se privilegia el lenguaje plástico porque en él trabajan nuestra mente analítica y la creativa, es decir, las dos mitades del cerebro

UNIDAD 3. PROCESO DE REGISTRO DE LAS IDEAS COMO INNOVACIONES

Objetivo de la unidad

Explicar la diferencia entre un invento y un emprendimiento o idea de negocio.

Preguntas guía

¿Qué es un invento?

¿Cuál es la diferencia entre un invento y un emprendimiento? ¿Cómo se registra un invento?

¿Qué valor tiene una idea de negocios?

Contenidos a desarrollar

- Invento (**conceptual**)
- Registro de patentes (**procedimental**) Propiedad intelectual (**actitudinal**)
- El valor de las ideas (**actitudinal**)

Un invento parte siempre de una idea. Aunque esta idea no siempre es realizable en un principio, cabe la posibilidad de que, transcurrido cierto tiempo, sea retomada y puesta en marcha gracias a los avances en la técnica o la tecnología. Tal es el caso de numerosos inventos de Leonardo Da Vinci, que son las bases para elementos de la actualidad como el avión, la bicicleta, entre otros.

Una idea que no es comercializable o que no genera un cambio en la sociedad es solo eso, una idea. Una innovación, además de ser una solución a un problema o una oportunidad, puede ser comercializable, entendiendo por esto el que la gente esté dispuesta a pagar por ella. Aquellas personas a quienes se les ocurre muchas ideas, pero no hacen nada con ellas, son inventores, pero no emprendedores. Solo aquellos que explotan sus ideas, se arriesgan y buscan reconocimiento con ellas son emprendedores.

Una idea o innovación que no es protegida corre el riesgo de ser copiada. La propiedad industrial consiste en la protección de una invención y sus derechos por comercializarla o no. Las invenciones o innovaciones pueden ser protegidas por una **patente** si son soluciones de aplicación industrial o personal totalmente nuevas (una vez verificadas en el Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación (CATI), o bien pueden ser asumidas como **modelos de utilidad** si son mejoras al diseño o aplicabilidad de productos existentes.

En ocasiones se puede obtener protección legal por medio del registro de una patente, siempre que la invención sea realmente novedosa y no resulte obvia. El registro representa una concesión temporal por parte del Estado para la explotación de la patente, conformándose en la práctica un monopolio que limita la competencia. No obstante, dicho registro no necesariamente es indicativo de la autoría de la invención.

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RECURSOS
<p>Explicar la diferencia entre inventos e ideas de negocios.</p>	<p>Dinámica 1: Línea de tiempo de los inventos.</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Inventos de la era moderna. _ Inventos en la vida cotidiana. _ Cómo registrar un invento. 	<p>Dibujo de la línea de tiempo desde la antigüedad hasta la era moderna</p> <ul style="list-style-type: none"> _ Fotografías de los inventos de la era moderna _ Objetos de la vida cotidiana _ Pasos para registrar un invento

Instrucciones: Ahora te toca a ti explorar el mundo de los inventores. Antes de tu clase investiga cuáles son los inventos que cambiaron la humanidad, luego en tu cuaderno o una hoja en blanco traza una línea horizontal que representa todo el tiempo que ha existido desde la creación del ser humano hasta la actualidad. Ubica en la línea

los inventos que han marcado la humanidad según el año o el siglo en que fueron inventados marcando en la línea otras líneas verticales que la crucen indicando el año o el siglo al que te refieres. Nota en qué época o período ha habido más inventos e intenta encontrar una razón. Luego contesta las preguntas de la guía.

CREAR LINEA DE TIEMPO

I-----I
Fuego
Era paleolítica

1. ¿En qué época hay más inventos?
2. ¿Por qué razón hay más inventos en esa época?

Inventos de la era moderna

Instrucciones: Busca una fotografía de un invento que no existiera hace 100 años. Pasa al frente de la clase y expón sobre el invento y su uso. Además, reflexiona cómo se hacía la gente antes de su existencia.

Inventos en la vida cotidiana

Instrucciones: Lleva a clase un objeto de tu vida cotidiana que tenga algún significado importante para ti. Intégrate a un grupo y reflexionen acerca de que harían si esos objetos no hubiesen sido inventados.

Cómo registrar un invento

Instrucciones: Investiga en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI) cómo es el proceso para registrar un invento. Junto a tus compañeros y compañeras de aula dramaticen dicho proceso.

REFLEXIONA

Los cambios tecnológicos pueden ser oportunidades grandes para emprender. Una idea innovadora es materia prima necesaria para hacer un gran negocio, pero no es suficiente. Un invento puede o no ser rentable según su uso, sus aplicaciones y su mercadeo. Aunque las ideas de negocios no sean tan innovadoras, pueden tener buenos resultados si están sustentadas en una necesidad de su público objetivo.

Unidad 4. SELECCIONAR LA IDEA EMPRENDEDORA

Objetivo de la unidad

Seleccionar la idea emprendedora Mediante el uso de técnica adecuada.

Preguntas guía

- ¿De dónde obtengo una idea emprendedora?

- ¿Qué necesidad cubro con mi emprendimiento?
- ¿Cómo mejoro mi producto o servicio?
- ¿Qué tanto conozco a mi cliente?

Contenidos a desarrollar

- La idea emprendedora (**procedimental**)
- ¿Cómo filtro mi idea emprendedora? (**procedimental**)
- DOFA de la idea emprendedora (**procedimental**)

Como ya vimos en clases anteriores, hay diferentes tipos de ideas. Una idea emprendedora es aquella que suple una necesidad de mercado o puede lograr un cambio en una determinada comunidad. Las ideas por sí mismas no tienen valor monetario. Cuando la idea empieza a tener un valor es cuando se implementa. Es así como muchos empresarios se dedican a comprar *startups* o emprendimientos que tienen buenas ideas y luego perfeccionan el producto o servicio con la tecnología.

Lo más importante para tener una idea emprendedora es tener la voluntad de llevarla a cabo, enamorarse de la idea. Si el emprendedor está enamorado de la idea, será fácil llevarla a ser un emprendimiento exitoso. Por otro lado, si no le gusta la idea o no está suficientemente convencido o empoderado, pronto tendrá obstáculos que lo harán desistir. El proceso de generación de ideas emprendedoras tiene cuatro pasos: lluvia de ideas, macrofiltro, microfiltro y DOFA. A continuación explicaremos cada paso. La lluvia de ideas es una metodología que consiste en la generación de ideas sin ningún criterio previsto. No existen ideas buenas ni malas. El macrofiltro es la selección de las mejores ideas entre las previamente obtenidas mediante la lluvia de ideas. El microfiltro nos lleva a seleccionar la mejor idea presentada basándonos en criterios predefinidos que nos indiquen su prioridad.

IDEAS	RESATAURANTE	GIMNASIO	ACADEMIA	DECORACIÓN
Disponibilidad local de materias primas	5	5	3	0
Existencia de demanda insatisfecha	0	0	0	3
Disponibilidad de mano de obra calificada	5	5	4	3
Disponibilidad de mano de obra a costo razonable	5	4	3	3
Tecnología localmente disponible	5	4	3	3

¿El emprendedor tiene las habilidades para gestionar el proyecto?	4	4	2	2
---	---	---	---	---

5 muy bueno

4 Bueno

3 Regular

2 Malo

0 otra

El DOFA es una herramienta de análisis estratégico que permite evaluar elementos internos y externos de programas, proyectos o ideas de negocios.

Se representa a través de una matriz de doble entrada, en la que en el nivel horizontal se analizan los factores positivos y los negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y, por tanto, controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

Las **FORTALEZAS** son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa, proyecto o idea de negocio de otros de igual clase.

Las **OPORTUNIDADES** son aquellas situaciones externas positivas que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Las **DEBILIDADES** son problemas internos que, una vez identificados, pueden y deben ser eliminados mediante una adecuada estrategia.

Las **AMENAZAS** son situaciones negativas externas al programa, proyecto o idea de negocio que pueden atentar contra este, por lo que, llegado el caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

En síntesis:

- Las fortalezas deben utilizarse.
- Las oportunidades deben aprovecharse.
- Las debilidades deben eliminarse.
- Las amenazas deben sortearse.

Lluvia de Ideas:

Luego, con tu grupo, haz una lista de las ideas que consideres factibles de implementar, para hacer una lluvia de ideas junto con el resto de tus compañeros y compañeras. De las ideas que todos han propuesto, seleccionen las 10 ideas que consideren más posibles de implementar y escríbanlas aquí en orden de la más fácil a la más complicada, tomando en cuenta sus recursos y talentos.

La reflexión para escoger las ideas más atractivas debe estar basada en las siguientes preguntas:

- 1. ¿Existe un mercado para el producto?
- 2. ¿Hay una demanda insatisfecha?
- 3. ¿En realidad el grupo quiere realizar el proyecto?
- 4. ¿Se puede producir el producto con los recursos actuales?
- 5. ¿Es el proyecto rentable?

IDEAS FACTIBLES DE IMPLEMENTAR (listado de ideas)

Aplicación del macrofiltro:

Del listado anterior, selecciona las 5 primeras y aplícales la siguiente tabla del macrofiltro. Coloca en cada columna la valoración del grupo acerca del acceso a recursos y el mercado. La ponderación será así: 5: excelente; 4: muy bueno; 3: bueno; 2: regular; 1: pésimo.

Luego de haber calificado todas las columnas haz una suma horizontal de todos los puntajes.

IDEA	RECURSOS			MERCADO			TOTAL
	MATERIA PRIMA	RECURSO HUMANO	TECNOLOGÍA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA	ESTABILIDAD DE LA DEMANDA	
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							

Aplicación del microfiltro:

Como grupo respondan las siguientes preguntas acerca de las tres ideas mejor calificadas

En sentir, respondan si les gustaría hacerla o se sentirían bien de hacerla En pensar, responda si como grupo lo quieren hacer En actuar, decidan si lo implementará o no

IDEA	SENTIR	PENSAR	ACTUAR
1.			
2.			
3.			

De las tres ideas, seleccionen la que tenga SÍ en las tres columnas. Si ninguna tiene tres SÍ, vuelva a la lista anterior y seleccione las ideas siguientes en puntaje y vuelva a hacer el ejercicio hasta que encuentre una idea que tenga tres SÍ.

El análisis DOFA

Instrucciones: Completa la matriz del DOFA, para la idea que tu equipo reconozca como más factible. Recuerda que las fortalezas y debilidades son factores internos al emprendimiento; mientras que oportunidades y amenazas son externos. Las fortalezas y oportunidades son factores positivos y las debilidades y amenazas son factores negativos.

Aplicación de la matriz FODA

		FACTORES INTERNOS Controlables	FACTORES EXTERNOS No Controlables
Factores positivos	FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)
Factores negativos	DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)

Validación de la idea:

Con la idea a la que le aplicaron el FODA, hagan un prototipo, es decir, un producto de prueba y diseñen una encuesta para averiguar qué les gustaría a sus clientes potenciales de su producto o servicio y con qué características les gustaría adquirirlo.

Algunas de las preguntas que pueden hacer son las siguientes:

¿Les gustaría mi producto o servicio?

¿Qué características les gustaría de mi producto o servicio? ¿Lo comprarían?

¿Cuánto estarían dispuestos a pagar?

- Ahora haz tú las preguntas para la validación de tu producto o servicio y escríbelas aquí.

Al salir de la clase, conversa con algunas personas que tienen las características de tus clientes potenciales y haz las preguntas que diseñaste. Anota las respuestas y preséntalas en gráficos. Así sabrás si tu producto o servicio será aceptado por tus clientes.

REFLEXIONA

¿Cómo saber si la que elegimos es una buena idea? Una buena idea se basa en que suple una necesidad sentida de un grupo de personas. A veces, la necesidad no ha sido detectada anteriormente ni por los mismos usuarios, pero al presentarles la solución, es decir, nuestro producto o servicio, se dan cuenta de que siempre lo necesitaron. Siempre se puede crear un mercado para un producto o servicio, no importa si es una idea tradicional como una panadería o salón de belleza, lo importante es que se puedan hacer con ella innovaciones importantes. Lo principal es que los estudiantes se sientan cómodos con su idea y se consideren capaces de llevarla a cabo.