

NOMBRE DEL ALUMNO(A) \_\_\_\_\_ CURSO \_\_\_\_\_

Asignatura: Emprendimiento

Cursos: Cuarto Medio: A B-C-D-E-F-G

**Unidad 1 Contenido:** Conceptos generales de emprendimientos y Empleabilidad

**Objetivo:** Manejar conceptos básicos de Emprendimiento y empleabilidad

**Objetivo:** Identificar las capacidades y competencias del personal administrativo. Diseña y ejecuta un proyecto para concretar iniciativas de emprendimiento identificando las acciones a realizar el cronograma de ejecución y presupuestos, definiendo alternativas de financiamiento evaluando y controlando su avance.

## OPORTUNIDAD DE EMPREDIMIENTO

Es una situación en la cual nuevos bienes, servicios, materias primas y procesos de organización pueden ser introducidos y vendidos a un precio mayor que su costo de producción, es decir, crear valor.

Nuevas oportunidades aparecen constantemente, pero no se presentan de manera directa. Se producen fundamentalmente por cambios en la tecnología disponible, en la demanda, y en nuevos productos y servicios que ingresan al mercado, por nuevas investigaciones de base científica y social, o por asimetrías de información entre agentes.

Las oportunidades no pueden ser previstas; el trabajo del emprendedor es verlas, descubrirlas e identificarlas. No toda idea es una oportunidad. Te mostraremos cómo la mejor oportunidad para ti puede surgir de la combinación de tres factores: motivación, habilidades y mercado

### 1. Motivación

¿Desde dónde tomas vuelo para saltar? Motivación Quienes dan el salto pueden ser motivados por la necesidad o por la oportunidad. Katt Chile se enfoca en emprendimientos por oportunidad, identificando motivaciones claves que prevalecen.

Entre ellas se encuentran: • “Cumplir tu sueño alcanzando el máximo potencial de tu emprendimiento” (creación de riqueza, generar impacto o resolver un gran problema social, entre otros).

• “Lograr tu independencia a través del emprendimiento”, controlar la toma de decisiones. Ten en cuenta que cada motivación tiene costos y beneficios. En la primera, aumentas la riqueza en desmedro del control, y en la segunda ocurre lo opuesto.



Reconocer pronto tu motivación te ayudará a tomar decisiones acerca de cofundadores, eventuales nuevas contrataciones, incentivos e inversionistas.

## 2. Habilidades

Las habilidades personales son clave para tu desarrollo como emprendedor. Algunas de que destacamos son: la detección de oportunidades, la persuasión, la tolerancia al riesgo y a la frustración, la creatividad, el liderazgo, la responsabilidad personal, la orientación al logro, la proactividad, la iniciativa y la comunicación. Éstas solo se pueden desarrollar con trabajo, paciencia y dedicación.

Para definir el talento agregamos a estas habilidades la combinación de: mente estratégica, madurez emocional, habilidad atraer e inspirar otras personas talentosas, habilidad para lograr resultados entre otras.

Por otro lado, el conocimiento y la experiencia pueden ser claves para desarrollar una idea, pero normalmente se pueden adquirir en el mercado.

## 3. Mercado: “Lo que la gente necesita “



¿Si das un salto, tendrás público? Mercado, Aunque una idea parezca buena en el papel, enfrentará su prueba de fuego en el mercado.

Emprender implica llevar un producto y/o servicio al mercado para resolver una necesidad donde otros no lo hacen. Un emprendimiento en etapas iniciales puede enfrentar dos tipos de mercado:

**A) Mercados con riesgo de invención:** aquellos en los cuales no existe una tecnología y tampoco se sabe si se puede desarrollar.

**B) Mercados con riesgo de cliente/mercado:** aquellos en los cuales no se sabe si es que los clientes adoptarán el producto.

Tienes clara tu idea, tu motivación, tus habilidades y crees haber encontrado algo que calce. ¡Estás frente a una oportunidad! Pero lo más probable es que no puedas cumplir tu visión sola y necesites un equipo. Si no puedes pagar por lo que necesitas, los primeros miembros de este grupo deberán ser cofundadores. Ellos te darán acceso a habilidades que no posees, nuevos recursos y apoyo emocional en momentos difíciles. Pero también representan un riesgo, ya que tener un cofundador implica un compromiso mayor. Aprenderás cómo aquello que parece ser una decisión obvia hoy en día, puede convertirse en un riesgo para la empresa en el futuro. También entenderás que encontrar tu primer cofundador es tu primera venta, y verás dónde puedes encontrarla.

### Actividad N°1

Comenta con la familia o amigo(a) a cerca de algún emprendimiento que haya a tu alrededor. Si tienes alguna idea en vista anótala y has una pequeña reflexión considerando los tres factores que impulsan a la mejor oportunidad del emprendimiento (antemencionados).



Respuesta \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Cómo darle forma a tu idea de negocio?

**Ya sabes que tu idea debe satisfacer una necesidad real y que debes validar tu idea antes de ponerte en marcha**, pero de lo que no hablamos, es sobre qué tienes que hacer desde que tienes la idea hasta que te decides **validarla**.

**La validación de una idea:** es uno de los procesos críticos en este camino. Consiste en comprobar, desde un punto de vista objetivo, si la demanda real del producto o servicio es suficiente para sostener una empresa.



Lo primero es tener claro lo que quieres. Sentarte a hacer un pequeño plan de objetivos, anotando cuál es la idea, cómo quieres cuajarla, qué quieres lanzar, en qué consiste lo que vas a vender, a quién quieres vender, si lo vas a hacer tu sólo o necesitarás ayuda, etc., es decir, todas aquellas cuestiones básicas y elementales, pero que son absolutamente imprescindibles, **no ya sólo para el desarrollo de la idea sino para tu propia organización**, es decir, que te servirá para conocer

la magnitud del proyecto y además para llevarlo a la práctica. Es decir, el propósito de toda la planificación, de marcarse objetivos, de la gestión del tiempo, etc. es llevarlo a la práctica, convertirlo en realidad.

¿Cuántas veces tenemos un montón de ideas, pero por falta de concreción no damos el siguiente paso? Lo único que importa en un emprendedor es qué va a hacer hoy, lo qué va a hacer mañana... Y todo eso no lo tendrás claro si no te marcas objetivos.

Muchas veces cometemos errores por omisión o por acción por no haber pensado las cosas, por no haber planificado antes. **Planificar no es hacer; es prepararte para hacer y es imprescindible si lo quieres hacer bien.** Naturalmente que luego puedes fallar, te puedes perder, pero si no sabes a dónde quieres ir, da igual lo que hagas.

En esta primera parte es fundamental saber:

1.- **Objetivos personales:** ¿cuáles son tus objetivos personales: ¿qué quieres hacer con este proyecto? ¿quieres hacer dinero? ¿quieres aportar algo a la sociedad? ¿llenar un vacío en un mercado que ha empezado a nacer? Etc.

2.- **Qué quieres para tu proyecto:** local, nacional, internacional, un proyecto solidario, etc.

**Actividad N°2 responde:**

1.-¿Cuáles son tus objetivos personales?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 2.-¿Qué quieres o necesitas para concretar esos objetivos personales?

---

---

---

Luego sabemos que todo eso va a variar, pero si uno no sabe lo que realmente quiere de partida las elecciones futuras (es decir, la gestión del tiempo) no tendrá sentido. Porque si no sabes tus objetivos personales y los de tu proyecto no vas a saber elegir bien, tomarás malas decisiones.

Antes de ponerte a cocinar necesitas escribir la receta y comprar los ingredientes, sino es imposible.

Es recomendable hacerlo por escrito (un diagrama, un mapa mental, etc.), porque **mentalmente, con el paso del tiempo, será difícil recordar determinados aspectos. Es importante dejar por escrito en un párrafo cuál es el espíritu del proyecto, las ganas que tienes, la motivación... en definitiva las cosas por las que quieres hacer eso.** Eso te vendrá bien para reflejar por escrito, con toda la frescura y pasión que tienes al principio, el verdadero espíritu del proyecto.

Y eso es bueno para que cuando vengan los momentos bajos, que vendrán, uno puede volver sobre esas líneas que uno un día escribió y de alguna forma reavivar el espíritu inicial del proyecto. Aunque no serán más que palabras, pero será una buena forma de recordar los motivos por los que empezaste.

Es bueno ponerlo por escrito por si te despistas. Es como si te pierdes por la montaña, pero si llevas un mapa, te vendrá bien consultar para reorientarte y retomar el camino. Sin ese plan, sin ese mapa, el emprendedor estará bastante perdido, y si te pierdes es más difícil reorientarte.

Todo esto que hemos hablado todavía no es '**hacer**'. Pero ojo podemos cometer el error de planificar demasiado. No podemos perder mucho tiempo en planificar. Debemos dedicar lo justo a marcarnos objetivos. Esto es como un viaje en coche. Cuando vas a salir de viaje, antes llevas el coche a revisión, pero eso no es viajar, sino preparar para viajar. Si no lo haces, puede haber sobresaltos en el viaje.

### **La planificación y preparación**

Dentro de la planificación deberás realizar algunas investigaciones sobre el producto o servicio elegido, tipos mercados al que quieres llegar, como así también determinar el capital que será necesario para su partida, espacios físicos donde operas, las competencias existentes en el mercado sobre el tú producto, si trabajarás solo o con un equipo de trabajo, determinar el costo aproximado de tu producto y el margen de utilidad probable (65 % Variable) que utilizaras para determinar el precio de ventas.

La Planificación debe ser la justa. No debemos quedarnos en estudios y análisis sesudos e interminables, porque las oportunidades pasan. Y no tanto a las del mercado, sino a las oportunidades pasionales propias. Nuestra pasión tiene minutos y son trenes a los que te subes una sola vez. Suelo decir que hay oportunidades de negocio y oportunidades personales, es decir, momentos en los que te ves bien, con ganas, con pasión, con ilusión, etc. y en muchas ocasiones esa oportunidad es más importante que la oportunidad de negocio.

**Lo más importante de todo esto es que esos objetivos y ese espíritu se traduzca en cosas concretas.** No cuesta mucho traducir todo eso que queremos hacer, en cosas concretas y en qué es lo próximo que vas a hacer.

El primer paso, como hemos dicho, es la planificación. Vale, y luego, **qué es lo que vamos a hacer después**. Es decir, traduce lo que vas a hacer en tareas (en cosas concretas). Hay que empezar a poner fechas a todo esto.

Sí. Hay que marcarse una fecha cierre. **Un truco que aplican muchos emprendedores cuando están dando forma a su negocio es fijar fechas de cierre ficticias**. Por ejemplo, si has acordado en tu planificación que el 1 de noviembre lanzas el proyecto, en tu organización interna debes cerrar el proyecto a finales de octubre, porque siempre van a surgir imprevistos. Si pasa algo por el camino contarás con un colchón de tiempo. Es recomendable dejar ese margen de maniobra. Si sabes que tienes hasta tal fecha, acabas relajándote. **El retraso es muy desmoralizador, sobre todo, si dependes de terceras personas**.

La primera versión de tu producto y/o servicio no tiene que estar acabada. Olvídate de que tu primera versión sea perfecta, porque eso no va a ocurrir. Tu primera versión nace para hacer realidad tu proyecto, para que la gente lo lea, vea, toque, compre, etc., si no hay esa primera versión olvídate de todo lo demás.

Debemos quitarnos ese afán por agregar cosas continuamente que impide lanzar nuestra primera versión. Nos encanta meter y meter nuevos ingredientes en el plato y nunca ponemos un 'hasta aquí'. Es mucho más fácil ir agregando cosas sobre una primera versión ya cerrada, que retrasar esa primera versión y sobrecargarla de cosas.

La importancia de la primera versión es crucial, porque después de X meses de trabajo, eso ve la luz, y necesitas aprender de tu mercado. Con esa primera versión, tus clientes te van a dar su tips positivo o negativa, porque necesitas saberlo, ya que hasta ese momento sólo has trabajado con una intuición. Y si no sacas una versión real que la gente use (lea, toque, vea, compre, etc.) no podrá aprender nada ni de tu producto, ni de tu mercado, ni de tus clientes. Es esencial lanzarlo. Si no lo lanzas, no existes.

Hasta ese momento sólo es un proyecto en un papel.

Con el paso de los años, una de las cosas que suelen perder los emprendedores es la capacidad de pararse al final del día o de la semana o del mes y **preguntarse qué tal van las cosas, cómo están trabajando, qué han hecho bien, qué han hecho mal, qué les falta, por qué no han alcanzado sus objetivos**. ¿No he tenido tiempo o no he hecho tiempo para mi proyecto? Y si no he tenido tiempo para mi proyecto, ¿es tan importante el proyecto para mí? 'No avanzo. Llevo tres meses y no he avanzado, ¿por qué no he avanzado? ¿Cuál es el cuello de botella?

Muchos emprendedores gestados su proyecto mientras trabajaban por cuenta ajena.

### **Ejemplo de emprendimiento:**

**“Reparación y transformación de muebles.” -**

**Nombre de fantasía del negocio “RETRAMUE “**

Alonso Castañeda CASTRO, Cedula de identidad 9.588.201-K, domiciliado en Avenida los Aromos 756 San miguel Santiago. Alonso tiene una gran idea, el recolecta muebles antiguos que los repara y transforma en elegantes muebles modernos, se le han juntado tantos que no sabe qué hacer con todos ellos, pero últimamente ha pensado que podría acrecentar su actividad, y hacer un emprendimiento, que le permita llegar a un **mercado sofisticado** y así sacar mayor provecho de sus habilidades.

Sus muebles están evaluados en \$ 700.000.- igual al Precio de costo y si los vendiera el margen de utilidad que agregaría sería de 65 % o sea los podría vender en \$ En 1.155.000.- más IVA, su capital en dinero es de 500.000.- y por el momento trabajaría solo por lo tanto será una empresa individual, el medio por el cual se dará a conocer es virtual a través de redes sociales. Y el lugar de trabajo será su dirección particular ya mencionada. Fecha para hacer andar el proyecto. Dentro de 30 días

Para ello será necesario analizar y codificar la información. -

**Actividad N°3 extrae la información y traspasa al siguiente recuadro**

Ficha de datos

| <b>Preguntas:</b>  | <b>Respuestas:</b> |
|--|--------------------|
| Nombre del dueño del proyecto o emprendimiento                 |                    |
| Nombre del negocio   |                    |
| Idea central del Emprendimiento                                |                    |
| ¿A qué público estará dirigido?                                |                    |
| Dirección del Emprendedor                                      |                    |
| Capital efectivo con el que comienza                           |                    |
| Costo del producto en cuestión                                 |                    |
| Margen de utilidad a emplear                                   |                    |
| Será empresa individual o sociedad                             |                    |
| Qué fecha de iniciación está contemplada                       |                    |
| Dirección del emprendedor                                      |                    |
| Que medio usara para darse a conocer, estrategia de publicidad |                    |

**Consultas y dudas enviar a [ana.rivera@colegiofernandodearagon.cl](mailto:ana.rivera@colegiofernandodearagon.cl)**