

Identificando oportunidades de emprendimiento



Ilustración: www.freepik.es

En el presente documento, se abordará de manera inicial la definición de emprendimiento y una herramienta para identificar las necesidades para iniciar este tipo de actividad. Se describirán las etapas del Design Thinking y su importancia dentro del mercado económico.

¿QUÉ ES UN EMPRENDIMIENTO?

El emprendimiento se puede entender como el proceso por el que una persona inicia una nueva empresa o el camino que recorre para lograr sus metas. Entre ellas, están aquellos con capacidad para innovar y crear o mejorar un proyecto ya establecido. Para abordar el tema de emprendimiento en las instituciones educativas, usaremos el significado más amplio, que se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permiten emprender nuevos retos, nuevos proyectos, y estar siempre un paso más adelante que el resto.



Ilustración: www.freepik.es

El Ministerio de Educación de Colombia define al emprendimiento como una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, y donde su resultado, es la creación de un valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. En el Perú, en el Currículo Nacional de la Educación Básica (CNEB) se contempla la competencia emprendedora "Gestiona proyectos de emprendimiento económico y social", la cual consta de cuatro capacidades, una de ellas considerada como transversal.

La competencia "Gestiona proyectos de emprendimiento económico y social", implica que el estudiante debe llevar a la acción una idea creativa movilizándolo con eficiencia y eficacia los recursos, tareas y técnicas

necesarias para alcanzar sus metas con la finalidad de resolver una necesidad social, ambiental o económica. Para ello, el estudiante deberá diseñar una estrategia e implementarla definiendo los recursos y tareas necesarias. Luego, aplicará habilidades técnicas para producir o prestar el bien y evaluará los procesos y resultados con el fin de tomar decisiones para mejorar o innovar. Entonces, el primer paso es identificar las necesidades del entorno.

¿CÓMO SE IDENTIFICAN LAS NECESIDADES PARA INICIAR UN EMPRENDIMIENTO?

Cuando queremos crear un emprendimiento, debemos pensar primero en las necesidades que queremos cubrir y con qué pretendemos emprender. Esto nos dará una idea de cómo está el ámbito donde se pretende intervenir y qué podemos ofrecer. Es decir, debemos analizar el entorno, las necesidades que existen y que puede ser cubiertas con nuestro emprendimiento.

Para conocer cuáles son estas necesidades, se utilizan diversas metodologías, en este caso, usaremos Design Thinking. Esta metodología es actualmente una de las más utilizadas, ya que se centra en la búsqueda de alternativas innovadoras para resolver problemas, pero desde la perspectiva de los usuarios, en este caso, los consumidores.

Para lograr esto, Design Thinking propone centrarnos en la perspectiva de nuestros potenciales consumidores, teniendo como pilares la empatía, la imaginación y la experimentación.

LAS CINCO ETAPAS DEL DESIGN THINKING

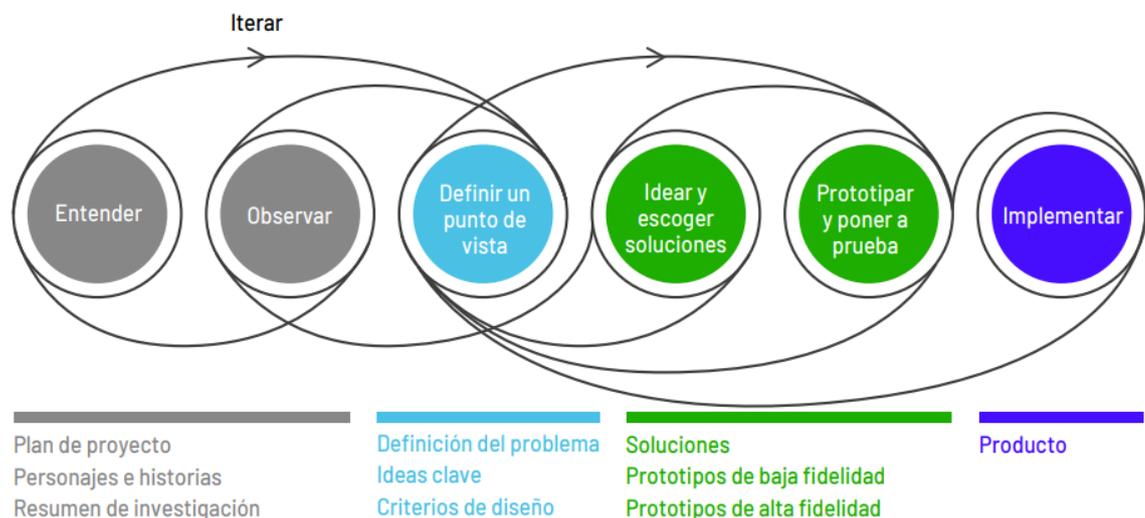
- 1. Empatizar:** además de ser uno de los pilares de esta metodología, es también el punto de partida, donde se descubre y entiende las necesidades principales del consumidor. Es importante realizar un análisis profundo y detallado del cliente, por lo que más allá de simples observaciones, debemos dedicar el tiempo suficiente para interactuar con ellos, y así conocer y entender lo que les motiva y les hace falta.
- 2. Definir:** una vez que hayamos descifrado las diferentes necesidades del consumidor, es momento de definir cuáles de estas son las más importantes o urgentes. Para esto, es necesario realizar una minuciosa evaluación de nuestros hallazgos previos. Esto nos permitirá encontrar la solución más adecuada a las necesidades medulares de nuestros potenciales clientes.
- 3. Idear:** este es el momento de hacer uso de nuestra creatividad para encontrar soluciones innovadoras a las necesidades priorizadas. Debemos hacer una lluvia de ideas, sin temer al error. Recordemos que es un momento en el que se busca fomentar el pensamiento libre y la creatividad, para llegar a la mayor cantidad de soluciones posibles.

4. **Prototipar:** se desarrollan y plasman las ideas seleccionadas en el paso anterior. Utilizando materiales de bajo costo prototiparemos las soluciones para determinar su efectividad. Los prototipos pueden ser digitales o físicos y tanto su cantidad como su complejidad, dependerán en gran medida del presupuesto con el que se cuente.
5. **Evaluar:** este último paso es crucial, pues se le pide al cliente que pruebe y evalúe los diferentes prototipos elaborados en la fase previa. De esta manera, obtenemos las críticas y comentarios de los propios consumidores, para con base en estos hacer las correcciones correspondientes en los prototipos.

¿CÓMO INTERACTÚAN LAS ETAPAS DE DESIGN THINKING?

Las etapas de esta metodología son codependientes una de la otra. Sin haber cumplido con la primera etapa, no es posible pasar a la siguiente. Esto quiere decir que no puedes llegar a la etapa de prototipar sin antes haber empatizado con el cliente y entendido sus necesidades para con base en ellas, definir las más importantes, idear soluciones y crear los prototipos. Para que funcione esta herramienta, debemos dedicarle tiempo a cada una de las partes del proceso sin apresurarnos a la siguiente. Además, esta metodología sigue un proceso iterativo, donde las etapas no siguen un ciclo lineal. Es decir que podemos regresar a los pasos anteriores en cualquier momento del proceso las veces que sean necesarias.

Si se da el caso de que ninguno de los prototipos satisface las necesidades del consumidor, es nuestro deber regresar a la etapa uno para conocer con mayor profundidad al usuario y empatizar con sus necesidades. Luego, de acuerdo a este mayor conocimiento adquirido, podemos continuar con las siguientes fases habiendo hecho los cambios correspondientes. Es importante recordar que el foco principal de esta metodología es satisfacer las necesidades del usuario y, para ello, debemos volver a las etapas anteriores y hacer las modificaciones necesarias en caso los prototipos alcanzados no solucionen las necesidades del cliente.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL DESIGN THINKING?

La competitividad en el mercado económico se ha incrementado substancialmente en los últimos años debido a la globalización y al fácil acceso que tenemos a proveedores internacionales. Esto significa que no solo competimos con el mercado local, sino con el de todo el mundo y esto nos trae un reto a todos los emprendedores, el de crear alternativas innovadoras para la resolución de problemas enfocada en cómo los consumidores piensan, sienten y se comportan.

Por ello, el Design Thinking se ha vuelto una de las herramientas más utilizadas por emprendedores de todo el mundo.

¿QUÉ DIFERENCIA AL DESIGN THINKING DE OTRAS METODOLOGÍAS?

A diferencia de otras herramientas o metodologías utilizadas para empezar con un emprendimiento, el Design Thinking toma como centro la perspectiva de los usuarios finales, es decir, el consumidor o el público objetivo. Esto nos permite identificar las necesidades del consumidor y proporcionarle la solución adecuada de una manera accesible, directa y simple.

Para ello, recurrimos a elementos como la empatía y la experimentación, de tal manera que entendemos las necesidades y preocupaciones del cliente para brindarles soluciones de acuerdo con estas necesidades, y probamos el producto o servicio en el mercado antes de lanzarlo oficialmente. Esto no garantiza el éxito de nuestro emprendimiento en un 100 %, pero sí reduce significativamente la posibilidad de un fracaso.

Veamos el siguiente ejemplo donde se ha utilizado esta herramienta:

Una empresa que fabrica zapatos de cuero quiere mejorar su línea de zapatos para niños y niñas desde los cinco hasta los 12 años. Los diseñadores ya saben con qué materiales se fabricarán, pero tienen dudas acerca de los colores que tendrán los productos. Los integrantes del equipo de la empresa a cargo del Design Thinking analizan qué colores son tendencia tanto en niñas como en niños en ese rango de edades, es decir, los más elegidos por los potenciales clientes. Luego, elaboran posibles modelos y hacen encuestas para saber si a los usuarios (niños, niñas y los padres de familia) les gustan. Finalmente, se deciden por fabricar los diseños más elegidos.



Para resumir la metodología del Design Thinking como una herramienta útil para definir un emprendimiento, las cinco etapas pueden ser abordadas con las siguientes preguntas y enunciados:

Empatiza	Define	Idea	Prototipa	Evalúa
¿Quién es tu consumidor?	¿Cuál es la necesidad más importante?	Pensamiento libre	Materializa las diferentes soluciones encontradas.	¿Qué funcionó?
¿Qué necesidades tiene?	¿Cuál de las necesidades encontradas no cuenta con soluciones en el mercado actual?	No tenerle miedo al error, es parte del proceso.	Interactivo, si algo no funciona podemos regresar al paso anterior, corregir y seguir avanzando.	¿Qué no funcionó?
¿Qué lo motiva?	¿Qué necesidades podemos abordar con nuestro emprendimiento?	Creatividad	Prueba y error	¿Qué podemos mejorar?

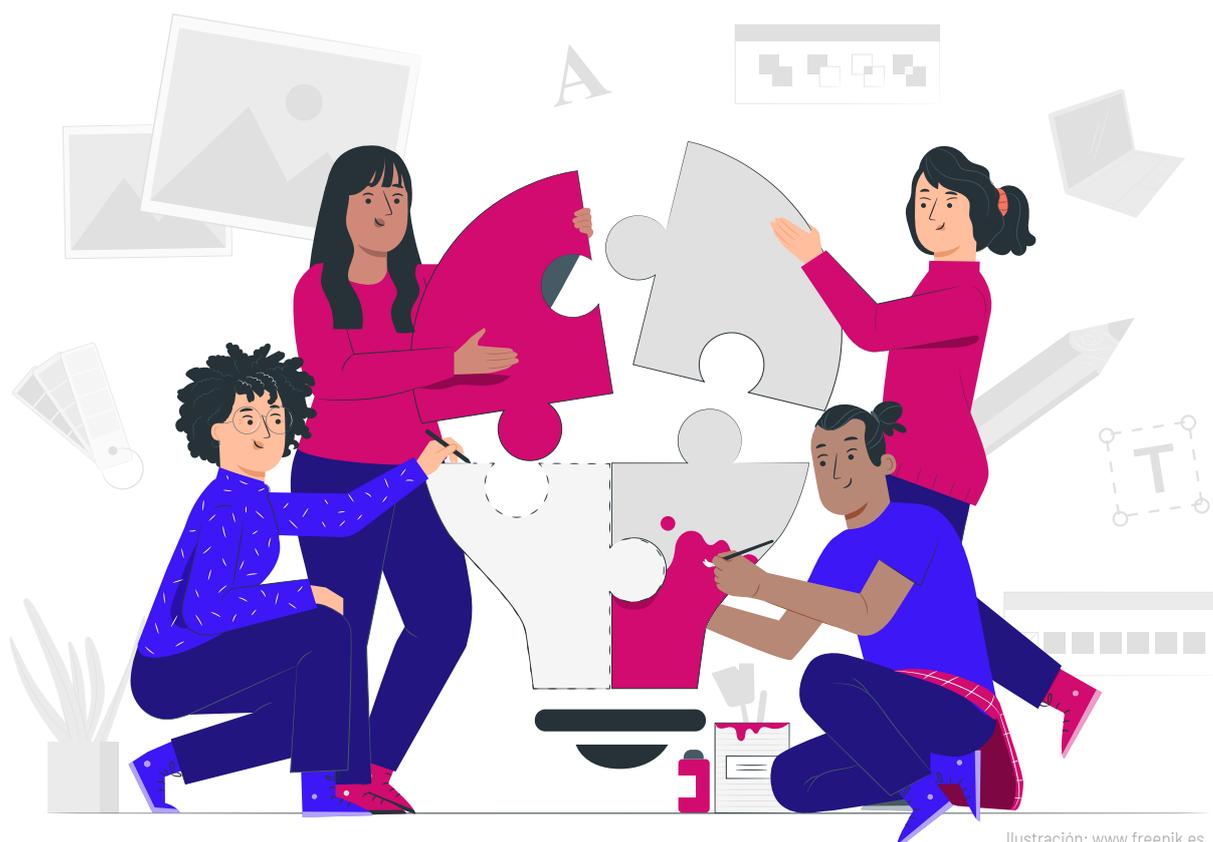


Ilustración: www.freepik.es

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Conexiones Esan. (2029). El proceso del Design Thinking: los pasos principales para desarrollarlo. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-proceso-del-design-thinking-los-pasos-principales-para-desarrollarlo>

Bazo, I. (2013). Fomentando el emprendimiento desde la asignatura de Educación Física. Rioja: Universidad de La Rioja.

Del Solar, S. (2010). Emprendedores en el aula. Guía para la formación en valores y habilidades sociales de docentes y jóvenes emprendedores. Santiago: Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo. <https://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35475965>

Díaz, S. (2010). Manual de orientación para la formación del emprendimiento. Santiago: Pro O'Higgins.