

METODOLOGÍAS MODERNAS PARA EMPREENDEDORES

AUTORA: JORGE MURILLO ORTIZ



San Marcos


Metodologías modernas para emprendedores	4
Metodologías de emprendimiento	6
Metodología Lean Startup propuesto por Eric Ries	6
Círculo Startup: Crear – Medir – Aprender	7
Business Model Canvas. Osterwalder, A.	11
PESARI Business Model. Murillo, G.	12
Scrum- Nonaka y Takeuchi	17
Las barreras de entrada en el emprendimiento	19
Barreras más comunes al emprender	19
Barreras al emprendimiento	20
Emprendimiento e intraemprendimiento	22
¿Diferencias existen entre emprendedores e intraemprendedores?	23
Prácticas de intraemprendimiento	23

En el presente referente de pensamiento, los maestrantes se enfrentarán a la necesidad de responder la pregunta: ¿Cuáles son las metodologías aplicables al intraemprendimiento? Para ello, se requiere que el participante aprenda a identificar y aplicar las metodologías modernas para emprendedores.

Los aspectos más relevantes e importantes sobre las barreras tanto de salida como de entrada del emprendedor, como también la importancia de emprendimiento e intraemprendimiento, que permiten la implementación de la idea planteada en el eje 1 y 2. Por lo anterior, recuerden que en cada uno de los aspectos que se realizan en este eje deben concebirse como creativos e innovadores a partir de SER, haSER y tener presente el análisis del entorno y de los diferentes escenarios que dan pie a la generación en el emprendedor de un pensamiento crítico y social que responde a las necesidades del entorno en donde se llevará a cabo el emprendimiento con miras a plantear soluciones que potencialicen a la comunidad proponiendo estrategias disruptivas a largo plazo, para que racionalicen, preserven y renueven recursos que impactan el ecosistema social, cultural, económico, ambiental y ecológico, donde se aplique.

Al igual que el liderazgo colectivo, busca promover y fortalecer las habilidades de liderazgo colaborativas del estudiante garantizando el enfoque de los esfuerzos en la construcción de soluciones a problemas reales que contribuyan al desarrollo consciente y sostenible de un contexto y sus ambientes técnicos, tecnológicos, sociales, económicos y ambientales resultantes de los procesos de inquietud científica.

Metodologías modernas para emprendedores



Ten en mente que tu propósito, metodología y tu plan para lograrlo puede SER modificado de vez en cuando... lo importante es que comprendas el significado de trabajar siempre con una metodología y objetivo en mente, con un plan bien estructurado.

Napoleon Hill

El emprendimiento hoy más que nunca está de moda, busca alternativas en innovación y creación de nuevas fuentes de ingresos, que permiten la realización del emprendimiento paso a paso y es allí donde se emplean las metodologías modernas de emprendimiento que contribuyen significativamente al desarrollo empresarial. Por metodología se entiende una serie de pasos, inventivas y metodologías que se emplean metódicamente a lo largo del proceso investigativo, con la finalidad de lograr un resultado.

Un método recomendable antes de iniciar un emprendimiento, es consultar o solicitar a un mentor empresario un consejo ya que él ya ha vivido el proceso de haber emprendido, fracasado y triunfado para aprender de dicha experiencia.

Por otro lado, es necesario recordar que las metodologías y procesos que se emplean y adaptan a los requerimientos del proyecto, en pro de responder de la mejor manera posible al cambiar, reinventar o ajustar un proyecto al contexto del entorno reduciendo los costes e incrementando su productividad.



Instrucción

Los invito a ver la animación que se encuentra en la parte principal del eje.

Metodologías de emprendimiento

Hay una cantidad y variedad amplia de metodologías, existen diversas metodologías para emprender de las cuales se estudiarán y aplicarán las siguientes:

Metodología Lean Startup propuesto por Eric Ries

El libro de Ries, El método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua, se publicó en septiembre de 2011 por Crown Business Publishing. El método Lean Startup se ha ampliado para aplicarse a cualquier individuo, grupo o empresa que busca introducir nuevos productos o servicios en el mercado.

Lean Startup se basa en Lean Manufacturing, por ejemplo, la producción ajustada desarrollada en los 80 por los fabricantes de autos en Japón. La filosofía de Lean Startup de Ries busca minimizar las prácticas ineficaces para aumentar el valor de la producción en el proceso. En la misma línea busca gestionar y estrechar vínculos con los clientes y proveedores transmitiendo las necesidades y requerimientos del usuario.

Ries, desarrolló Lean Startup, fundamentado en la experiencia adquirida para posteriormente adaptar los principios de Lean Management a los Startups. Los postulados del método se encuentran en la innovación continua, y la mentalidad de que el éxito está en que se puede diseñar siguiendo un proceso correcto que permita el aprender y enseñar.

La base del método Lean Startup radica en crear y diseñar un producto o servicio que los clientes necesitan, que además están motivados y dispuestos a pagar o invertir, utilizando por parte del empre-

dedor la menor cantidad de recursos para la producción del producto o servicio, allí radica la clave de esta metodología.

El éxito no consiste en entregar una nueva funcionalidad; éxito consiste en aprender cómo resolver el problema del consumidor.

Mark Cook (Kodak Gallery)

Circuito Startup: Crear – Medir – Aprender

El método Lean Startup está trazado para enseñar a dirigir teniendo en cuenta que no se deben realizar planes complejos, sino en trazar planes que permitan ajustes constantes, dentro del proceso de realimentación Crear-Medir-Aprender.

El método Lean Startup por Eric Ries: Crear-Medir-Aprender

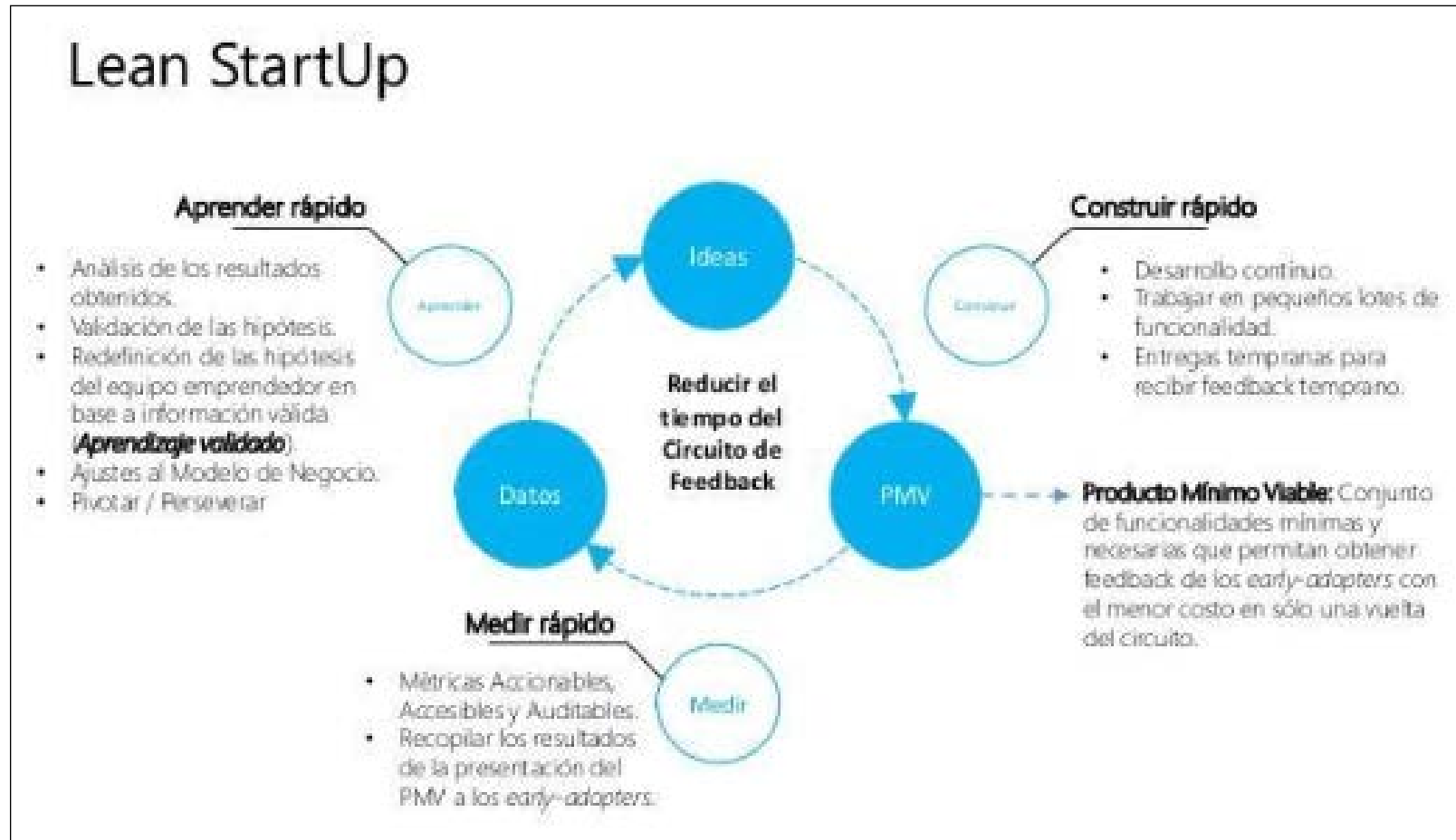


Figura 1. Metodología Lean StartUP

Fuente: The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Ries (2008)

Principios básicos del Lean Startup

- Los emprendedores están por todos lados. El espíritu emprendedor se constituye en una institución humana, delineada para innovar en productos o servicios en diferentes situaciones enmarcadas por la incertidumbre.
- Emprender es administrar. El axioma se erige sobre la premisa que el emprendimiento requiere no solo crear productos sino de fortalecer las diferentes estructuras para acondicionarse a las necesidades imperantes.
- Aprendizaje validado. Una de las funciones esenciales de las Startups es educarse en fundar negocios sostenibles cimentados en ensayos y comprobaciones frecuentes, que permiten confirmar los planteamientos e ideas primarias.
- Crear-Medir-Aprender. El trabajo básico en una Startup es llevar las ideas a productos, para determinar la percepción de los consumidores.
- Contabilidad de la innovación. Las Startups procuran obtener una posición privilegiada en el mercado con sus innovaciones, de tal forma que se mida el progreso, priorizar tareas, establecer hitos, etc.

En otras palabras, la metodología Lean Startup expone que los negocios deben darse a conocer o lanzarse desde la concepción misma de la idea para validar de manera permanente el producto o servicio, frente al grado de aceptación en el mercado; de esa realimentación, se consigue un aprendizaje que permite seguir avanzando en el desarrollo de producto o servicio de una forma iterativa.

Metodología Design Thinking. Brown (2008)

El término Design Thinking o pensamiento de diseño. Es una metodología que busca incentivar nuevas maneras de pensamiento que impulsen la creatividad en múltiples campos del quehacer de las organizaciones al promover la generación de ideas innovadoras que se concentren en la resolución de situaciones complejas y de necesidades imperantes en el medio y evidenciados por los usuarios.

Etapas del Design Thinking

Las fases que se contemplan en la metodología de pensamiento de diseño se traducen en la inmersión, ideación y prototipado.

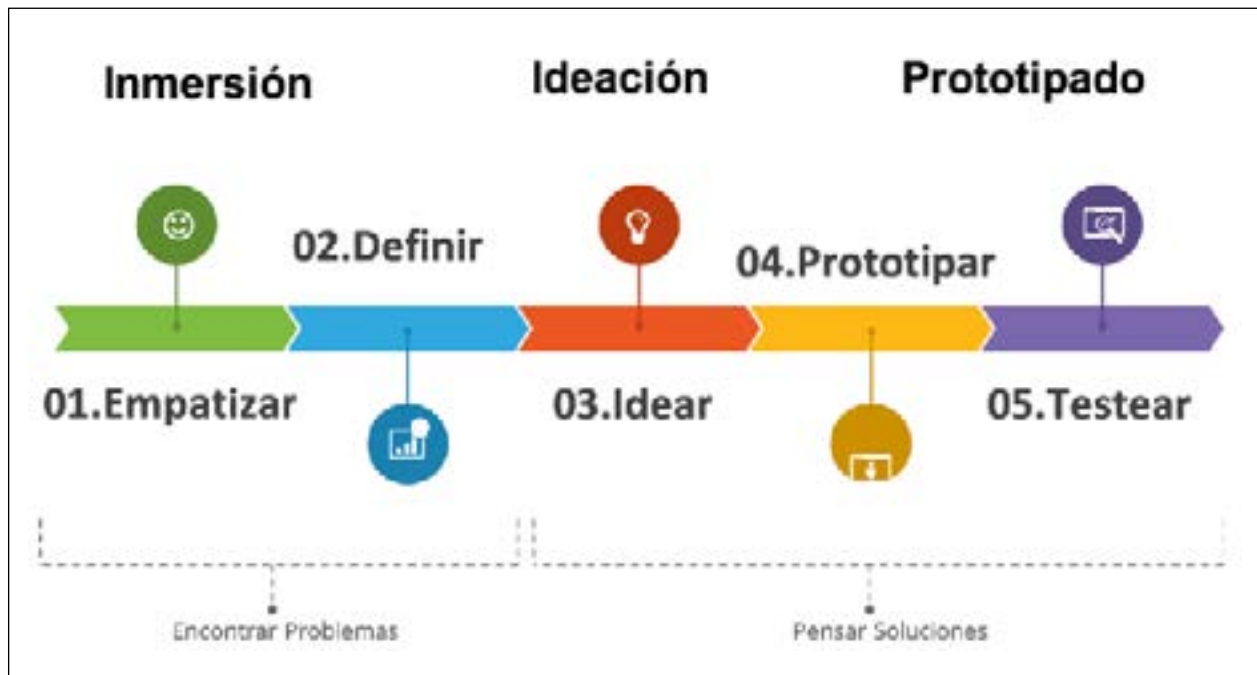


Figura 2. Methodology Design Thinking
Fuente: Design Thinking creado por Tim Brown (2008)

Principales claves de la metodología Design Thinking

1. Empatía: Desarrollo de afectos de una persona hacia otro o una situación que permite entender las necesidades y deseos de los clientes.
2. Trabajar en equipo: Como técnica para la creación de valor en el trabajo y el desarrollo de capacidades de cada uno de los miembros de la organización implicados en el proyecto.
3. Crear prototipos: El diseño de modelos consiente el acercamiento y vínculo con los usuarios finales para la validación de las ideas propuestas.
4. Actitud del diseñador: impulsa la investigación por medio de la observación, para la recolección de información que permita la creatividad e innovación.
5. Contenido visual: Trabajar con herramientas como el lienzo Canvas, post-its, rotuladores facilita la comprensión de las ideas y la fijación de los proyectos potencializando el pensamiento crítico para el desarrollo sustentable.

De igual manera, la técnica en mención sirve para analizar modelos de negocio con la finalidad de verificar la gestión estratégica en términos de sus 9 elementos clave.

1. Socios fundamentales
2. Actividades esenciales
3. Recursos
4. Propuesta de Valor
5. Relacionamiento con los clientes
6. Canales
7. Estructura de costos
8. Fuentes de ingreso
9. Clientes



Instrucción

Los invito a realizar el caso modelo metodología Design Thinking que se encuentra en la parte principal del eje.

Business Model Canvas. Osterwalder, A.

Esta técnica se aplica para el análisis de modelos de negocio en función de los elementos mencionados para describir, visualizar, evaluar y modificar esquemas de negocios que contribuyen a la construcción de la estrategia de cualquier empresa al permitir:

- La comprensión del emprendimiento rápidamente.
- Diseño de las estrategias de negocio en un lenguaje común y compartido.
- Bosquejar el modelo de negocio en 9 cánones que responden a 4 líneas estratégicas determinantes en todo negocio de una empresa.



Figura 3. Business Model Canvas
Fuente: propia



Instrucción

En este punto deben realizar la actividad práctica Canvas que se encuentra en la parte principal del eje.

PESARI Business Model. Murillo, G.

La metodología se basa en los siguientes principios del modelo PESARI (Pensamientos, Emociones, Sentimientos, Acciones, Resultados e Indicadores):

1. Cuida tu pensamiento al emprender, son la clave del CreSer+.
2. Conecta a los clientes de manera emocional, de tal manera que, si no controlamos las emociones, estas nos controlan.
3. Importa lo que dices y haces, pero es más importante cómo haces sentir a los clientes.
4. Las acciones determinan nuestros resultados, por lo tanto, la actitud se convierte en un aroma, si la actitud del emprendedor apesta, el negocio decae.
5. Con los recursos que tenemos con ellos debemos empezar y lograr resultados.
6. Aprender a establecer metas, son la base para la definición de los indicadores.

Para la implementación de esta metodología se debe aplicar tener en cuenta los siguientes pasos:

Pensamientos

Las ideas que se convierten en pensamientos determinan los resultados, de tal manera que, en la formulación de la propuesta de valor del emprendimiento, se requiere pensar de manera positiva, disruptiva, creativa, innovadora formulando

la propuesta de valor para SER ofrecida o sometida al mercado-clientes, antes de dar inicio al emprendimiento, es decir, a través de lluvia de ideas, validar si lo que estamos pensando en haSER emprendimiento puede tener validez.

Preguntarnos:

1. ¿Qué tan diferente es la propuesta frente a la ya existente en el mercado?
2. ¿Qué y cuál valor agregado estamos ofreciendo?
3. HaSER un landing pages poniendo a consideración la idea y poder conoSER interés de clientes potenciales en internet. Por tanto, construye algunas “páginas de aterrizaje” que te permitan intentar las primeras aceptaciones.

Emociones

Un emprendedor debe conocerse a sí mismo y conectar con sus clientes potenciales, es necesario tener en cuenta que las relaciones intra e interpersonal son dos grandes pilares en el emprendimiento, partiendo de sus fortalezas, por lo tanto, en esta etapa las emociones son claves para el emprendimiento, por lo tanto, la propuesta de valor debe responder: ¿A qué tipo de emociones le apunta? Tristeza-felicidad-ira-desprecio-sorpresa-asco y miedo, como emprendedores saber que el producto o SERvicio apunta a una de ellas es un factor diferencial, ya que como consu-

midores se está a la expectativa de alguna de estas emociones, y justo la publicidad y el marketing en las campañas hacen que se despierte para generar la necesidad de consumo.

Sentimientos

Así como las emociones son claves para el emprendimiento, la propuesta de valor debe haSER sentir a tu cliente que es importante para ti. Un consumidor quiere perteneSER a un grupo o comunidad, por lo tanto, SER sentidos y haSERnos sentir que vivimos, que aportamos, despertar tanto las emociones como los sentimientos hará que el proyecto de emprendimiento tenga mayor aceptación.

Acciones

La actitud del emprendedor basado en las acciones determina en gran medida el éxito, soportado en la capacidad de tomar decisiones y asumir riesgos en las acciones tomadas, hace de la actitud una gran virtud. Por ello, la acción y la actitud de aprender constantemente de los errores, fracasos (aprendizajes) o triunfos impactará de manera positiva o negativa de cómo se manejan las emociones y sentimientos de los clientes, pasar del top of mind al top of heat (Tof op mind: posicionamiento en la mente del consumidor; Top of heart: posicionamiento en el corazón del cliente). Como hacen nuestras acciones para haSER sentir a los clientes. Las acciones y actitudes se convierten en un aroma, cuál es ese aroma (propuesta de valor) que los clientes huelen.

Somos lo que hacemos día a día. De modo que la excelencia no es un acto sino un hábito, nuestros actos y acciones determinan la excelencia.

Aristóteles.

Indicadores

Key Performance Indicator, en español significa "indicador clave de rendimiento", es una herramienta para medir cómo va el logro del emprendimiento basados en los objetivos y metas en el tiempo. Son tan importantes y necesarios para evaluar el crecimiento y evolución del emprendimiento.

El propósito de un indicador es medir y ver la evolución de avances de las metas establecidas, por lo tanto, se requiere que tenga los siguientes elementos una meta para ver la efectividad del indicador las metas deben SER:

1. Medibles: es decir que sean convertibles en datos cuantitativos; porcentaje, un valor monetario, una unidad de medida o un número.
2. Específicas: que definan qué se va a medir.
3. Alcanzables y retadores: posibilidad de realizarlas en el periodo de tiempo fijado, retadores: es decir que motiven a tomar acciones de mejoras, logrando el desempeño hacia la excelencia en la organización.
4. Definidos en el tiempo: que se puedan medir en el periodo establecido, esto permite poder mostrar el resultado de mejoramiento.

Si las metas poseen las características anteriores, el indicador evidenciará el avance, de lo contrario no contar con indicadores en la gestión y durante es conocer que se está midiendo. A continuación, ejemplo de una meta con su indicador.



Ejemplo

Título	Expandir 10.000 unidades de los programas educativos de emprendimiento de MENTORING BUSINESS SCHOOL, para los emprendedores en la ciudad de Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga al término del 2020.
Descripción de la Meta	A través de esta meta se pretende contribuir con el crecimiento y desarrollo PPFE (personal, profesional, familiar y empresarial) para fortalecer la MEEF (mental, emocional, espiritual y física) de los emprendedores.

Cantidad	Indicador Unidad de Medida	Verbo en participio	Horizonte temporal
Cuantifica hasta donde se pretende llegar con la meta.	Acota a lo que se refiere la cantidad que se está midiendo en un periodo determinado.	Indica la acción que se pretende haSER posible la consecución de la meta.	Indica el rango de tiempo para cumplir la metas.
10.000	Unidades	Incorporados	Al término del 2014

Si puedes medir aquello de lo que hablas, y si puedes expresarlo mediante un número, entonces puedes pensar que sabes algo; pero si no lo puedes medir, tu conocimiento será pobre e insatisfactorio.

William Thomson



Figura 4. PESARI Business Model.
Fuente: Murillo (2018)

Scrum- Nonaka y Takeuchi

Este modelo fue identificado y definido por Ikujiro Nonaka y Takeuchi y considerado un cuadro de trabajo que precisa un conjunto de prácticas y roles como punto de partida para definir el proceso de desarrollo que se ejecutará durante un proyecto. Es utilizado por los colaboradores vinculados al mismo y cuya finalidad se centra en agregar valor en períodos cortos de tiempo considerando los principios de la transparencia, inspección y adaptación.

Roles Principales del Scrum

- Product Owner:** busca el trabajo idóneo por parte del equipo scrum y desde la perspectiva misma del negocio, al instar por la digitación de las experiencias del usuario y su priorización en el Product Backlog (lista ordenada de lo que se sabe y necesita).
- ScrumMaster (o facilitador):** su función primordial es descartar las dificultades que imposibilitan que el equipo trascienda en la consecución del objetivo.

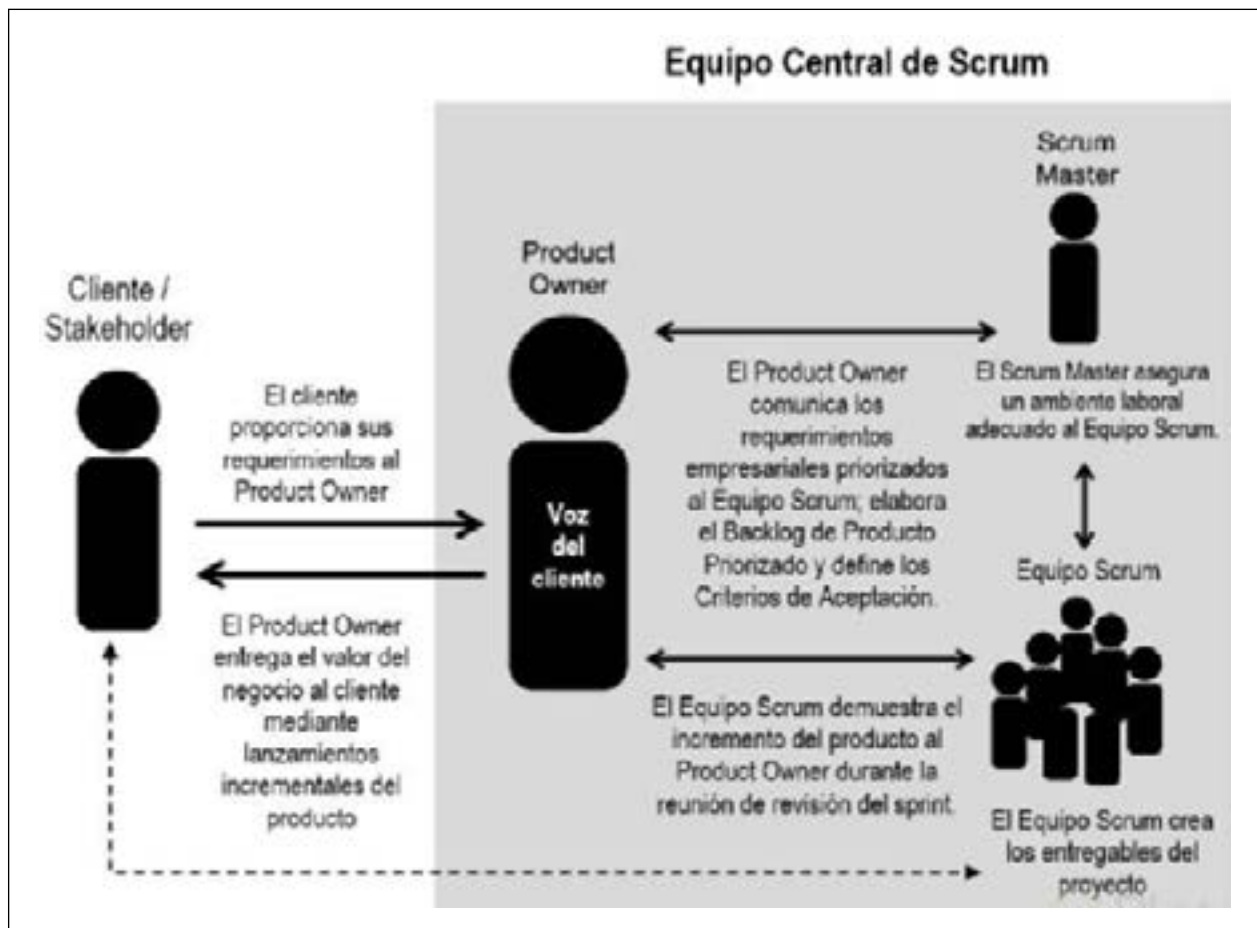


Figura 5. Función del equipo scrum
Fuente: propia.



Ejemplo

En la siguiente gráfica vemos una descripción general y cómo se relacionan los roles centrales del Equipo Scrum.



Figura 6. Proceso del Modelo Scrum
Fuente: propia



Lectura recomendada

Los invito a realizar la siguiente lectura:

Metodologías innovadoras para crear la empresa del futuro

Futurizable



Video

En este punto es importante ver el siguiente video:

Why are startups leaving Silicon Valley? | CNBC Explains

<https://youtu.be/d62AWj6xsWw>

Las barreras de entrada en el emprendimiento



Barreras de entrada

Es término frecuente en los negocios, determinando los obstáculos que pueden existir para dar inicio a un emprendimiento o ingresar a un sector de actividad.

Barreras de salida

Son los obstáculos que encontraría una emprendedor si decidiera abandonar el mercado por alguna razón. Dichos obstáculos deben SER evaluadas al momento de ingresar o salir de un sector.

Las barreras en el emprendimiento se considera a las dificultades generales que obstruyen la realización de una actividad por lo que es necesario que estas sean identificadas en **barreras de entrada y de salida** tomando como referencia el modelo de las 5 fuerzas de Porter, que mide e influyen en la capacidad de la industria para

generar beneficios.

Barreras más comunes al emprender

El emprendimiento en el mundo y en Colombia es impulsado a través entidades gubernamentales, instituciones de educación técnica, tecnológica y de educación superior, han tomado la decisión de promover el emprendimiento con cátedras académicas y talleres, motivando así a los estudiantes haSER cambios para emprender, ya que es visto como un potencializador de fuente de empleo, a través de nuevas formas más allá de un empleo, es considerado un motor para el desarrollo económico y social del país. Lo anterior ha dado como resultado que cada vez más se incentive el emprendimiento buscando fortaleSER el tejido socio empresarial en el país, y así sacar ventaja de la capacidad y potencial que existe en Colombia.

Barreras al emprendimiento

A través de la experiencia como emprendedor e investigaciones, podemos enumerar las siguientes barreras.

Desconocimiento de los aspectos legales, tributarios, societarios y financieros

Muchos emprendedores en ocasiones la toma de decisión es más emocional que racional, lo que conlleva a un desconocimiento de cómo deben empezar un negocio de manera legal y formal, con respecto a regulaciones legales, trámites básicos que son requeridos para poder iniciar la operación. como también los documentos que legalizan la sociedad y permisos cuando estos son requeridos.

Formalización y estructuración administrativa gerencial

Los emprendedores cuando dan sus primeros pasos, carecen de los recursos administrativos y gerenciales, es frecuente ver casos donde la formación administrativa, gerencial, financiera, logística y de mercadeo es deficiente, generando excesos y altas cargas de trabajo al interior de la organización.

Falta de apoyo estatal

Es un sentir que los emprendedores ven en el estado como una fuente de apoyo, apalancamiento y soporte para las pymes, ven en el Estado más que un aliado estratégico para creSER +, una institución coercitiva, de fiscalización y tributación.

Carga impositiva

Uno de los elementos a considerar como parte de las barreras al emprendimiento es la carga impositiva y tasas de interés puesto que esta depende de la política fiscal de cada país que de ser alta se convierte en factor clave de desmotivación para la consecución de fuentes de financiamiento para el emprendimiento.

Crecimiento lento por la falta de utilización de recursos tecnológicos

Un emprendedor requiere recursos para su crecimiento y expansión, hoy más que nunca la inversión en plataformas tecnológicas es necesario para lograr mayor cobertura y expansión, por lo tanto, al tener escasos recursos hace del crecimiento empresarial lento frente otros países industrializados y de gran tecnología.

Escasez de accesibilidad al sistema financiero

Los emprendedores con frecuencia se encuentran en una situación de complejidad frente al sistema financiero, ya que sus registros iniciales de ventas son precarios o en su defecto no poseen soportes de estados financieros que soporten el respaldo para la adquisición de préstamos a tasas de interés competitivas, por lo cual el sistema financiero ve con alta volatilidad e incertidumbre haSER préstamos para dar inicio al emprendimiento o crecimiento de la organización. Por lo tanto, se convierte en un obstáculo para emprender y/o creSER +.

Ética empresarial e imagen corporativa del emprendedor

A veces contar con el dinero y los recursos no es suficiente, existen barreras éticas empresariales, reputación, origen e imagen personal, profesional, familiar o corporativa. La ética y la imagen al momento de emprender son claves y fundamentales que potencializan o frenan la implementación o el desarrollo del emprendimiento o empresa.

Otras barreras

- Alta inversión inicial en adquisición de herramientas tecnológicas.
- Acceso a proveedores y canales de distribución de manera competitiva.
- Alta diferenciación de algún producto existente.
- Falta de experiencia en la industria.
- Marketing y estrategia de distribución, logística y comercialización.
- Barreras mentales y emocionales.



Instrucción

Ahora los invito a realizar el caso modelo Jimmy Mentoring que se encuentra en la parte principal del eje.



Lectura recomendada

Para continuar con la temática es importante que realicen la siguiente lectura:

Barriers to the development of entrepreneurship demonstrated by micro, small and medium enterprises in Poland

Wioleta Samitowska

Emprendimiento e intraemprendimiento

En un mundo globalizado inmerso en la era digital hace más accesible las opciones de emprendimiento, por lo tanto, a cada emprendedor por la misma competencia, exige y demanda diseñar propuestas de valor diferenciadas, productos y SERvicios con mayor innovación. La dinámica actual requiere enfoque, conexión e interconexión con los clientes-consumidores, ya que ven más opciones en el mercado.

La evolución constante ha dejado emprendimientos que antes eran exitosos en la era agrícola o industrial, muchas ideas y modelos de empresas que funcionaron durante muchos años, hoy ya no son viables, ni menos sostenibles en un mundo donde la transformación digital está jugando un papel fundamental exigiendo a las empresas, ideas cada más innovadoras.

Para que funcione el intraemprendimiento, requiere que las organizaciones diseñen políticas e incentivos al interior de las organizaciones, para SER y haSER generadores de cambio en la creación de nuevos productos, procesos, procedimientos o formas de SERvir a los clientes.

El intraemprendimiento, está muy relacionado con la innovación y cómo el objetivo es volver a la organización + dinámica, que pueda responder de manera oportuna a las necesidades o nuevas necesidades del mercado. Por lo tanto, hay que promover el intraemprendimiento.

Las empresas que utilizan las nuevas metodologías ágiles de emprendimiento e intraemprendimiento son más dinámicas en el mercado siendo las más sostenibles.

El rol del intraemprendedor, es aquel que toma la decisión por iniciativa propia o por políticas de la empresa, emprender dentro de la organización, se denomina emprendimiento corporativo, cuando esto sucede es porque la organización ha creído y posee liderazGO de ver + allá de un staff de empleados que no solo trabajan por horas y que más bien busca potencializar a cada intraemprendedor.

Steve Jobs afirmó en 1985: "El equipo a cargo de la Macintosh era lo que se conoce comúnmente como intraemprendimiento... en esencia era un equipo que trabajaba en el garaje, pero en una compañía mucho más grande".

Otras grandes compañías como Google emplean buscan que colaboradores utilicen el 20 % de su tiempo en generar o trabajar en proyectos de intraemprendimiento. Como resultado, de ello es la aparición de Gmail, 3M o Virgin.

Un buen ejemplo de intraemprendimiento en Colombia, es The Biz Nation, se ha convertido en una nueva plataforma digital, enfocada en enseñar nuevas habilidades productivas en emprendimiento y educación financiera, esta parte de la iniciativa Apps.co del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MinTIC).

Este emprendimiento nace por medio de Daniela, Karen y Stephanie Carvajalino, la plataforma cuenta aproximadamente con 10.000 usuarios de nueve países, ofreciendo cursos en temas de tecnología y especial de educación financiera, este es un excelente ejemplo de intraemprendimiento.

¿Diferencias existen entre emprendedores e intraemprendedores?

La diferencia se basa en que los intraemprendedores al estar vinculados a la empresa, tienen ventaja y oportunidad para hacer nuevos desarrollos, debido a que cuentan con recursos e infraestructura que la empresa dispone para el desarrollo de nuevos proyectos, por lo que no requieren de grandes esfuerzos en la consecución de recursos, por estar disponibles en la empresa. Mientras que los emprendedores deben buscar y conseguir recursos para lograr el desarrollo del emprendimiento o nuevos emprendimientos.

Diseñar políticas de intraemprendimiento indudablemente es un paso importante para hacer las empresas más competitivas,

es una oportunidad de realizar procesos y procedimientos favoreciendo así la mejora continua y la creación de nuevos productos y servicios, e incluso de nuevas unidades de negocio.

Prácticas de intraemprendimiento

Un buen inicio y práctica es realizar talleres que incentiven pensar de manera diferente, de manera disruptiva, más creativa e innovadora formando equipos de manera tal que les permitan hacer un análisis y discusiones en tiempo no mayor a 30 minutos. Estos son pasos necesarios para ir asimilando la metodología del emprendimiento. Los talleres se deben basar en descubrir nuevos procesos y metodologías innovadoras (formación y talleres de trabajo sobre Design thinking, Sprints, Scrum, Lean Startup y otras herramientas).



Instrucción

Ahora los invito a revisar el siguiente caso:

Caso Crepes&Waffles una verdadera experiencia gastronómica al alcance de las familias de clase media

Marketinginteli



Video

Ahora los invito a ver el siguiente video:

20 tendencias rentables en innovación empresarial

<https://youtu.be/Aig9apYEwMw>

Antes de convertirse en un emprendedor de influencia e inspiración, debemos saber que tenemos que enfrentar y superar las barreras e inconvenientes del emprendimiento, los cuales aparecen a la hora de dar los primeros pasos o inclusive antes, ello requiere una preparación mental y emocional para superarlos.

Ahora bien, el conocer las metodologías de emprendimiento como:

- Metodología Lean Startup propuesta.
- Design Thinking creado por Business Model Canvas.
- PESARI Business Model.
- SCRUM- Nonaka y Takeuchi.

Son herramientas fundamentales que contribuyen a reducir el riesgo y el temor al momento de emprender, además permite aprender de otras experiencias que termi-

nan siendo valiosas en materia de reducir costos. Todos tenemos la capacidad de emprender, solo que a veces nos llenamos de excusas y dejamos de continuar intentando. Emprender es una opción importante en nuestras vidas.

Saber que el intraemprendimiento da a los empleados una gran oportunidad para despertar ese espíritu emprendedor, que termina en convertirse una ventaja competitiva que está dentro de la organización. Intraemprender es entender que tenemos que reinventarnos, revisando cada proceso y procedimiento buscando la mejora continua en la resolución de problemas y la creación de nuevos SERVICIOS y productos e incluso de nuevas unidades de negocio o empresas (todo ello requiere la aplicación de las nuevas metodologías ágiles de emprendimiento, sumado a que el intraemprendimiento está de manera estrecha y relacionada a la innovación y creatividad).



Instrucción

Para finalizar los invito a realizar la actividad práctica de emprendimiento que se encuentra en la parte principal del eje.

- Blank, S. (2014). Do pivots matter? Tomado de <https://steveblank.com/2014/01/14/whats-apivot/>
- Blank, S. (2013). The four steps to the epiphany: Successful strategies for products that win. BookBaby.
- Blank, S. y Dorf, B. (2013). El manual del emprendedor. Barcelona: Gestión 2000.
- Brown, T. (2009) Diseñar el cambio: Cómo el Design Thinking transforma organizaciones e inspira la innovación. Editorial Empresa Activa ISBN/ 978-84-16997-26-8
- Cooper, B. y Vlaskovits, P. (2014). El emprendedor lean: cómo los visionarios crean nuevos productos, desarrollan proyectos innovadores y transforman los mercados. España: Universidad Internacional de La Rioja.
- Croll, A. y Yoskovitz, B. (2014). Lean analytics. España: Universidad Internacional de La Rioja.
- Esteve, V. (2015). Métricas piratas y plan financiero en Startups. Recuperado de <http://vicentesteve.com/metricas-piratas-y-plan-financiero-en-Startups/>
- Ries, E. (2008). El método Lean Startup. Editorial Deusto ISBN/ 978-84-234-0949-5
- Ries, E. (2008). El camino hacia el Lean Startup. Editorial Siglo XXI. Deusto ISBN/ 978-84-234-2919-6.
- Osterwalder, A. & Yves, P. (2011). Generación de modelos de negocio CANVAS. Editorial Deusto. ISBN 9788423427994.



www.usanmarcos.ac.cr

San José, Costa Rica