

INSERCIÓN LABORAL, Guía N°3, MÓDULO III: GENERANDO CAPACIDAD EMPRENDEDORA**Unidad 2: Diseñando un Proyecto de Negocio Factible****Contenidos: 1. Emprendimiento****I. Emprendimiento**

Se define emprendimiento al proceso de crear, diseñar, lanzar, implementar y administrar un nuevo negocio o actividad. Generalmente se comienza como una pequeña empresa que ofrece un determinado producto o servicio al mercado. El emprender requiere por una parte de la capacidad y la voluntad para desarrollar nuevos proyectos, pero también el asumir los riesgos que esto implica. Esta actividad puede tener como finalidad el lograr ganancias económicas o sociales. Para realizar un emprendimiento en primer lugar se identifica una oportunidad de negocio y luego se adquieren las herramientas necesarias para explotarla.

Entre las principales razones que entregan los microempresarios a la hora de emprender destacan:

1. **Flexibilidad horaria:** Trabajar las horas y en el horario que quieras.
2. **Mayor tiempo libre (eventualmente):** Pasar más tiempo con la familia y amigos. Esto sólo se puede aplicar una vez que tu negocio esté establecido y puedas delegar responsabilidades.
3. **Perseguir una pasión:** Hacer lo que te hace realmente feliz.
4. **Crear algo desde cero:** Observar cómo crece tu empresa desde el principio.
5. **Ganar dinero extra.** Crear algo que puedas vender para aumentar tus ingresos.
6. **Independencia financiera.** No depender de que un tercero este pagando tu sueldo.
7. **Trabajar desde donde quieras.** Trabajar desde casa, una oficina o la playa si quieres.
8. **Desarrollar varios negocios.** Poder crear otros negocios de forma paralela o cuando termines el actual.
9. **Construir una marca personal.** Desarrollar tu marca personal y darle un sello de calidad a tu negocio.
10. **Estabilidad laboral.** Evitar el estrés de pensar en ser desvinculado.
11. **Dejar un legado.** Dejar un negocio para tus hijos y nietos lo continúen.

Enfoques de Emprendimiento:

Para realizar un negocio, el emprendedor parte de una oportunidad de negocio que construye desde:

- **A partir de la oferta:** existe un producto o servicio que quiero vender.
- **A partir de las necesidades del cliente:** cuando existen necesidades insatisfechas de los clientes o no satisfechas de manera suficiente por el mercado, existe la posibilidad de ofrecerles un producto o servicio que satisfaga esas necesidades.
- **A partir de los recursos:** cuando se posee la infraestructura necesaria, los socios, la organización interna o el conocimiento, se busca una opción de negocios para aprovechar estos recursos.
- **A partir de las finanzas:** se poseen el capital y se busca una opción de negocios para invertir.

Opciones de Emprendimiento:

Un nuevo emprendimiento puede consistir en lanzar al mercado:

- a) Productos (y/o su proceso) o servicios (y/o su organización o su marketing) que se encuentran actualmente en el mercado, con una nueva propuesta de valor (valor que le agrega tu empresa al producto o servicio).
- b) Crear un nuevo producto o servicio.
- c) Aplicar una innovación tecnológica a un producto (al bien o a su proceso) o a un servicio (al bien, a su organización o a su marketing).
- d) Importar un producto, o un servicio.
- e) Exportar un producto o un servicio existente en el mercado nacional.

La Segmentación y el Nicho de Mercado:

Cuando se está evaluando la opción de emprender se debe analizar en conjunto, independiente de su orden, el producto o servicio que se va a ofrecer y la porción o nicho del mercado se tratará de explotar.

La **segmentación** nos permite dividir a un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos, que requieren estrategias diferenciadas. Se trata de identificar las características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra. Estos segmentos son grupos homogéneos de personas con similares actitudes ante ciertas variables. La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto o servicio, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo identificado como cliente prioritario.

Los **tipos de segmentación** pueden ser:

- Geográfica: divide por países, regiones, ciudades, o barrios.
- Demográfica: divide por edad, etapa del ciclo de vida (niño, joven, adulto, adulto mayor) y por su género.
- Psicográfica: divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y las preferencias.
- Socioeconómicos: divide por el nivel de ingresos, el estilo de vida, etc.
- Conductual: divide de acuerdo a conductas, beneficios esperados, lealtad a la marca y actitud ante el producto.
- Económicos: Se divide por el tipo de renta del cliente.
- Empresa: Se divide por el tipo de empresa, si es una empresa pequeña, si es una empresa grande, etc.

El **nicho de mercado** es una fracción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado. Se reconoce en este grupo, una nueva oportunidad de negocio surgida de necesidades insatisfechas, debido a que no existen o no hay suficientes empresas para abastecer esa necesidad. Es necesario que el nicho sea lo suficientemente amplio para derivar un negocio de él. Además, es preciso informarse si existe algo de competencia, si los individuos poseen la voluntad de satisfacer sus deseos o necesidades, si tienen la “capacidad de tomar decisiones de compra” y si poseen la capacidad económica para adquirir los productos o servicios.

Principales Características de los Nuevos Mercados:

- Vivimos siempre conectados. Se ha incrementado la penetración y la importancia de las Redes Sociales en nuestra vida cotidiana. Además, utilizamos Apps para todo.
- Ha aumentado la interconexión de internet a cualquier lugar del planeta y se encuentra al alcance de todos.
- Se generan contenidos constantemente en texto, en video, imágenes, podcasts, etc.
- El teléfono móvil se ha convertido en un gran refuerzo para la comunicación, la información y las ventas.
- Las empresas apuntan a mantener una comunicación constante con sus clientes para fidelizarlos.

Ventajas de los Emprendimientos Basados en Ventas Online:

- ✓ Se pueden realizar emprendimientos con baja inversión o a bajo costo
- ✓ Se puede entregar una amplia selección de productos y servicios.
- ✓ Conveniencia en los precios, debido a que se eliminan o reducen los intermediarios en la oferta.
- ✓ Los clientes pueden tener acceso a cualquier hora y lugar para realizar una compra.
- ✓ Se aumenta la información y características que se pueden entregar de los productos y servicios
- ✓ Los clientes pueden recomendar nuestros productos.



Actividad (Utilizar contenido de la guía para responder)

1. Describa un emprendimiento online de productos o servicios que a usted le gustaría realizar.
2. ¿Cuál serían la razón o razones de su emprendimiento?
3. ¿A qué opción de emprendimiento correspondería?
4. Realice la segmentación de su público objetivo en: **a) Geográfica** **b) Demográfica**
5. Analice y explique qué necesidad insatisfecha tendría su público objetivo o potenciales clientes.