

Emprendimiento

Herramienta 36. Evaluación de la creatividad e innovación

OBJETIVOS

- ✓ Animar a las mujeres supervivientes de VG a empezar a pensar de forma creativa.
- ✓ Evaluar la actitud creativa y ayudar a la mujer a comprender si está preparada para iniciar el camino del emprendimiento.
- ✓ Apoyar el proceso de empoderamiento para que estas mujeres puedan empezar a salir de las relaciones violentas y construir su autoestima y confiar en sus propias capacidades.

DESARROLLO: PASO A PASO

1. ¿Soy creativa? ¿Tengo un enfoque creativo?

La facilitadora distribuirá el folleto 1 a las mujeres y les pedirá que se evalúen, anotando: 3 puntos para la respuesta "siempre"; 2 puntos para "a veces"; 1 punto para "raramente" y 0 puntos para "nunca".

A continuación, les explicará el significado de la puntuación, sin que tengan que obligatoriamente compartir los resultados con el resto del grupo:

25 - 30 puntos - crees que tu comportamiento es creativo.

20 - 24 puntos - crees que eres creativa y estás preparada para continuar.

15 - 19 puntos - crees que necesitas desarrollar tu pensamiento creativo.

Menos de 15 puntos - no te ves como una persona creativa.

2. ¿Debemos ser "innovadoras" para iniciar un negocio exitoso? Ejemplo: una empresa de limpieza

La facilitadora explicará que ser innovadora no significa necesariamente inventar algo nuevo o desarrollar un producto tecnológico nuevo. La invención es sólo una forma de innovación. Una persona innovadora piensa de manera diferente, busca nuevas oportunidades con los ojos y la mente abiertas y no tiene miedo de experimentar ni aplicar enfoques diferentes. La innovación en los negocios puede adoptar muchas formas y responder a una serie de preguntas:

¿QUÉ? - Actualizar el tipo de productos y servicios que ofrecemos. Esto podría ser la aplicación de un nuevo enfoque de producción, un producto con un color nuevo, un nuevo estilo, un nuevo tamaño o forma.

Ejemplo: A. y L. comenzó a publicar una revista feminista, única en el país

¿PARA QUIEN? - Un enfoque innovador para un nicho de mercado. Podemos ser innovadores/as para el grupo al que nos dirigimos porque los intereses y las necesidades específicas de las personas cambian con la edad, la etapa de la vida, el estilo de vida, la cultura, los ingresos, el gusto, los valores y la ubicación.

Ejemplo: X. T. se especializa en la organización de viajes y vacaciones para personas discapacitadas

¿CÓMO? - Un enfoque innovador en la forma de crear y ofrecer tu idea o la manera que se organiza el negocio. Podemos cambiar el material con el que se fabrica nuestro producto utilizando un material reciclado, o podemos cambiar el precio o el método de entrega.

***Ejemplo:** La manera en que una empresa japonesa organiza el transporte de tus enseres a una residencia nueva: <http://bgkef.com/Qponec-se-premestva-da-jivee-v-drug-grad-Shte-ostanete-izumeni-kogato-vidite-kak-And-transportira-veshtit>*

¿CUANDO? - Un enfoque innovador relacionado con el marco temporal. Cualquier cambio estacional, del ciclo vital, momentos críticos repentinos o acontecimientos puntuales pueden ser importantes.

***Ejemplo:** Una agencia de mecanografía ofrece servicio nocturno, lo que permite a los clientes (por ejemplo, directores de teatro) tener los documentos modificados al día siguiente.*

¿DÓNDE? - Un enfoque innovador en relación con el espacio utilizado. ¿Se crea una oportunidad nueva al cambiar la ubicación de la empresa? La mejora de la tecnología permite a las personas trabajar desde su casa y desde lugares que se encuentran a kilómetros de distancia de sus clientes.

***Ejemplo:** BA abre un jardín de infancia en un lugar inusual - en un gran supermercado de la ciudad.*

¿Por qué? - Si miramos a nuestro alrededor, veremos que hay ciertos problemas que se pueden resolver mediante nuestra idea de negocio. ¡Para que una idea tenga éxito, debe satisfacer las necesidades existentes o crear necesidades nuevas!

La facilitadora examinará con todas las participantes el ejemplo de la "**Empresa de limpieza**", utilizando las respuestas de las preguntas anteriores y el folleto 2. Ella invitará a las mujeres a que escriban una lista con sus ideas. Si bien es cierto que cada negocio emana de una idea, no se puede pretender que todas las ideas puedan convertirse en un negocio.

3. Mapeo de ideas

La facilitadora pedirá a las mujeres que creen un mapa de una de sus ideas para comprobar el potencial de desarrollo de ese negocio. Si les resultase difícil, la facilitadora podrá aplicar el método de "discusión colectiva": las participantes formarán grupos de cuatro y elegirán y trabajarán juntas en una idea común. Este enfoque generará más ideas. Una vez que los grupos hayan desarrollado las ideas, un relator de cada grupo presentará el suyo y, a continuación, se realizará una puesta en común.

TIEMPO Y RECURSOS

TIEMPO	4 horas
MATERIALES Y RECURSOS	Hojas de papel, bolígrafos

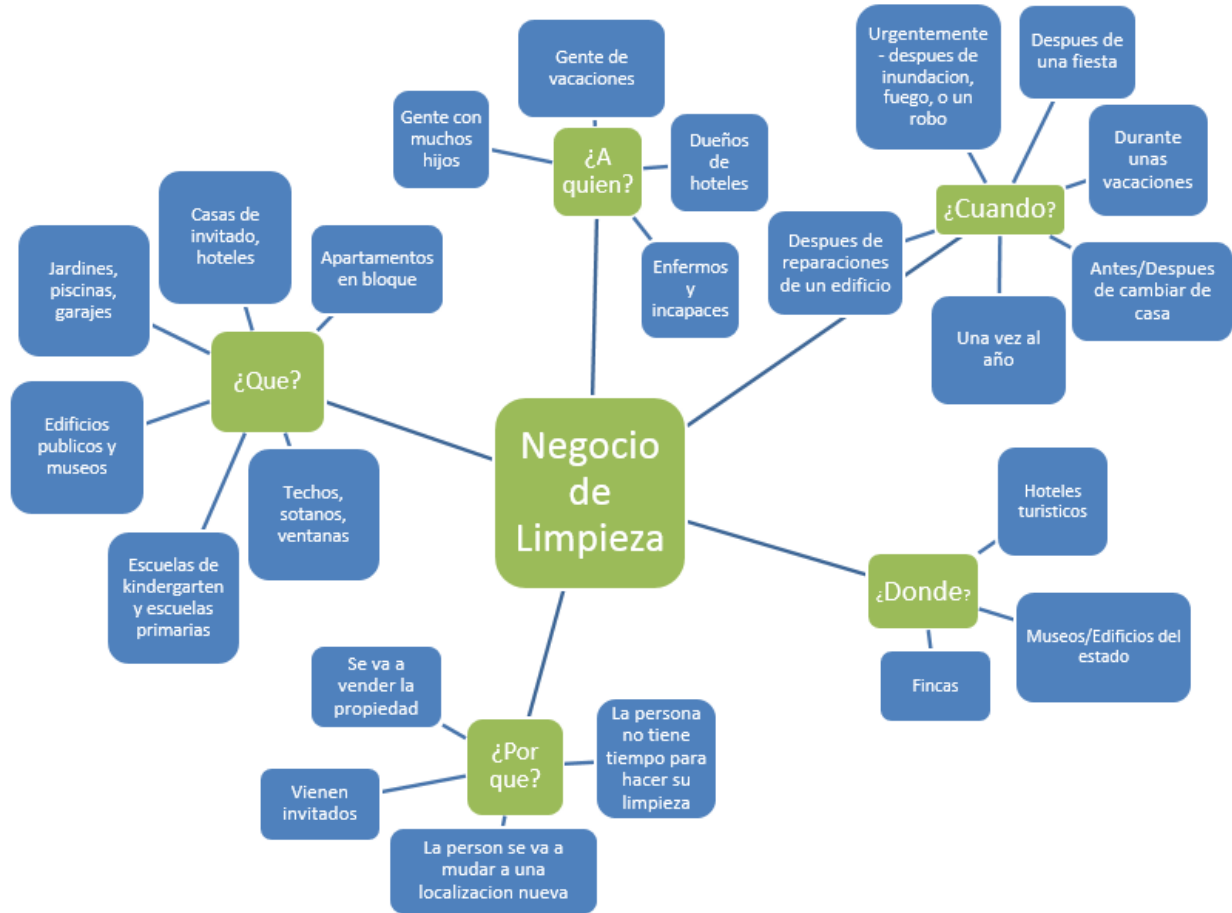


Ficha 1 Evaluación de la creatividad e innovación: ¿Soy creativa? ¿Tengo un enfoque creativo?

- ¿Eres curiosa?** ¿Estás interesada en los problemas y los puntos de vista de otras personas? ¿Te estás preguntando por qué las cosas se hacen exactamente de esa manera, y por qué la gente hace exactamente eso?
- ¿Cuestionas las cosas que suceden?** ¿Cuestionas las hipótesis, los prejuicios o las opiniones que ya tienes?
- ¿Eres una oportunista?** ¿Aprovechas las oportunidades cuando aparecen? ¿Tratas de solucionar los problemas y satisfacer tus necesidades?
- ¿Estás abierta a las tendencias?** ¿Haces un seguimiento activo de los cambios que ocurren en tu entorno vital y laboral en el lugar donde vives/trabajas? ¿Conoces los progresos logrados en las nuevas tecnologías o los cambios en el gobierno/legislación/moda?
- ¿Te arriesgas?** ¿Te gusta experimentar con ideas e inviertes tu dinero en ideas en las que crees, incluso cuando otros dudan de ella?
- ¿Eres intuitiva?** ¿Buscas una solución lógica a los problemas o confías en tus sentimientos internos/intuición?
- ¿Eres una persona adaptativa?** ¿Te gusta aplicar una idea o un concepto de una situación concreta en otra?
- ¿Puedes ver y prever cosas antes que otras personas?** ¿Piensas más en el futuro que las personas que te rodean? ¿Piensas en lo que la gente hará en el próximo siglo?
- ¿Tienes recursos internos?** ¿Utilizas las cosas más de una vez? ¿Resuelves problemas? ¿Confía la gente en ti?
- ¿Crees que eres una persona creativa?** ¿Piensas de forma creativa? ¿Confías en tus propias ideas?

PUNTUACIÓN GENERAL:

Ficha 2 Evaluación de la creatividad e innovación: Empresas de limpieza





Herramienta 37. ¿Cuándo se transforman las ideas en negocios?

OBJETIVOS

- ✓ Ayudar a las mujeres supervivientes de VG a encontrar una estructura para desarrollar su idea de negocio.

DESARROLLO: PASO A PASO

La facilitadora explicará a las participantes que es fundamental que las mujeres repasen sus ideas para no perder el tiempo desarrollando algo que no es viable.

Para ello, les sugerirá que se planteen las siguientes tres preguntas:

1. ¿Hay una demanda clara en el mercado para mi idea?
2. ¿Puedo proporcionar lo que el mercado/los usuarios demandan?
3. ¿Puedo suministrar mi producto/servicio en la forma necesaria, en el lugar necesario, en el momento exacto y al precio apropiado?

A continuación, se inician actividades para tratar estos temas.

1. ¿Hay un mercado para mi idea?

La facilitadora distribuirá el folleto 1 y pedirá a las participantes que marquen cada pregunta con los siguientes signos: **V** cuando la respuesta sea SÍ; **X** cuando sea NO; **?** cuando sea NO SÉ.

Les dirá que si han contestado cualquier pregunta con una "?", deberán investigar más sobre este tema antes de continuar desarrollando su idea. Si han contestado cualquier pregunta con una "X", deberán repensar su idea y empezar a buscar alternativas.

2. ¿Puedo suministrar lo que los usuarios quieren?

La facilitadora distribuirá el folleto 2 y pedirá a las participantes que marquen cada pregunta con los siguientes signos: **V** cuando la respuesta sea SÍ; **X** cuando sea NO; **?** cuando sea NO SÉ.

Les dirá que si han contestado cualquier pregunta con una "X", deberán preguntarse si vale la pena continuar. Si han contestado a cualquier pregunta con un "?", deberán trabajar más este punto para ver si pueden ofrecer lo que los/as usuarios/as quieren y cómo hacerlo.

3. ¿Puedo llegar a mis clientes?

La facilitadora distribuirá el folleto 3 y pedirá a las participantes que marquen cada pregunta con los siguientes signos: **V** cuando la respuesta sea SÍ; **X** cuando sea NO; **?** cuando sea NO SÉ.

Explicará que, llegado a este punto, es posible que tengan muchas respuestas con el signo "?". Esto son los puntos en los que todavía tienen que trabajar. Si tienen 5 o más "X", deberán preguntarse: "¿Por qué? ¿Es sólo cuestión de tiempo para que pueda recopilar más información, o es difícil, e incluso imposible, conseguirlo?" Si es esto último, tal vez no deberían continuar con esta idea en esta etapa y, en cambio, deberían replantearse sus habilidades e ideas y buscar otra solución.

TIEMPO Y RECURSOS

TIEMPO	4 horas
MATERIALES Y RECURSOS	Hojas de papel, bolígrafos



Ficha 1 ¿Cuándo se transforman las ideas en negocios?: ¿Hay un mercado para mi idea?

¿Quiénes son mis clientes? ¿Cuáles son sus características?

- Edad, género, origen étnico
- Profesión
- Grupo/clase social
- Ubicación/zona.....
- Requisitos específicos.....
- Frecuencia de ventas.....
- Otros.....

¿Puede mi producto/servicio ser competitivo? ¿Cuáles son las razones por las que la clientela elegirá mi producto/servicio?

.....

¿Están la clientela dispuesta a pagar este precio?

.....

¿Cuál es el tamaño de mi mercado? ¿Hay suficiente personas que quieran mi producto/servicio y estén dispuestos/as a pagar por ello?

.....

¿Tendré más clientela en el futuro?

- En caso afirmativo, ¿por qué?
- En caso negativo, ¿por qué no?
.....

¿Es posible adaptar y vender mi producto/servicio en otros ámbitos de otros mercados?

¿Dónde?



Ficha 2 ¿Cuándo se transforman las ideas en negocios?: ¿Puedo suministrar lo que los/as usuarios/as quieren?

- ¿Tengo que contratar a alguien para producir mi producto/servicio? En caso afirmativo, ¿conozco a alguien que me pueda ayudar?
- ¿Cuántas horas/días a la semana necesito a esa persona?
- ¿Sé qué tipo de contrato laboral es el más apropiado y cuáles son las obligaciones legales del mismo?
- ¿Cuánto costará contratar a esta persona?
- ¿Este coste está incluido en el precio de mi producto/servicio?
- ¿Sé quiénes son las empresas proveedoras que necesito, dónde están ubicadas, cuál es su calidad y el costo de sus materiales en comparación con otras competidoras?
- ¿El costo de entrega está incluido en el precio de mi producto/servicio?
- ¿Sé qué equipo necesito, dónde puedo encontrarlo y cuánto me costará?
- ¿El coste de la depreciación y del mantenimiento del equipo está incluido en mi precio?
- ¿Sé qué instalaciones necesitaré y cuánto costará contratarlas?
- ¿Cuánto me costará registrar un negocio?
- ¿Cuánto dinero tengo ahora para poner en marcha este negocio? ¿Necesito más? ¿Dónde lo encontraré?
- ¿Cuánto dinero necesitaré para mantener mi negocio durante el primer año?



Ficha 3 ¿Cuándo se transforman las ideas en negocios?: ¿Puedo llegar a mis clientes/as?

- ¿Sé cómo y dónde compran mis clientes/as productos/servicios similares en estos momentos?
¿DÓNDE?
- ¿Sé si mis clientes ya han contactado con otros mercados u organizaciones? ¿DÓNDE?
- ¿He contactado ya con clientes potenciales que me han dicho que me comprarían? ¿Cuánto?
- ¿Sé cómo llegar a una gama más amplia de clientes? ¿CÓMO?
- ¿Puedo suministrar los insumos con mi propio transporte? ¿CÓMO?
- ¿Tengo que ponerme en contacto con una empresa externa? ¿CON QUIEN?
- ¿Puedo utilizar la red de distribución de otra empresa? ¿CÓMO?



Herramienta 38. Cómo configurar una empresa (social)

OBJETIVOS

- ✓ Ofrecer herramientas concretas y sencillas para desarrollar una idea empresarial paso a paso.

DESARROLLO: PASO A PASO

El ejercicio que se sugiere a continuación, mejora los conocimientos y habilidades desarrollados en los dos ejercicios anteriores. Se recomienda que se utilice con las mujeres que ya decidieron firmemente convertirse en empresarias.

La facilitadora distribuye la ficha y explica a las participantes que este enfoque de 10 pasos puede ayudar a desarrollar cualquier empresa, incluyendo una empresa social.

Se trata de un marco común de preguntas unificadas que todo el mundo que tiene una idea de negocio y está dispuesta a iniciar una pequeña empresa, puede seguir paso a paso, a fin de evitar olvidarse de pasos fundamentales que podrían estropear toda la acción.

TIEMPO Y RECURSOS

TIEMPO	1 hora
MATERIALES Y RECURSOS	Ficha de trabajo



Ficha: Como configurar una empresa (social): 10 pasos para configurar una empresa (social)

Paso 1: Pon a Prueba Tu Idea de Negocio ¿Tengo las habilidades empresariales adecuadas? Piensa en quiénes comprarán tu producto o servicio. ¿Cuál será su beneficio y cuánto van a pagar? En el caso de una Empresa Social, piensa en cuál va a ser el impacto (positivo) de tu producto o servicio en la sociedad, cómo se va a beneficiar la sociedad, y cuál es tu grupo social objetivo. ¿Cuál es el objetivo a largo plazo de la empresa?

Paso 2: Identifica tu mercado y clientela objetivo. Te ayudará también a identificar a tus competidores y cómo competir con eficacia.

Paso 3: ¿Cuáles son tus necesidades empresariales? ¿Has considerado la mejor ubicación para el negocio? Identifica tus necesidades básicas de equipos y costes. ¿Cuántas personas tendrás que contratar? ¿Se beneficiará tu idea de negocio del uso de nuevas tecnologías? Por ejemplo, la venta en línea.

Paso 4: ¿Cuáles son tus necesidades de inversión? Identifica maneras de financiar tu negocio. Busca apoyo y ventajas financieras de instituciones gubernamentales. Busca asesoramiento sobre otras fuentes de apoyo, por ejemplo, bancos, cooperativas de crédito, micro financiación, ayuda familiar, otras fuentes de financiación no bancarias.

Paso 5: ¿Cuál es la mejor estructura legal para ti? Infórmate sobre el marco legal de la Empresa Social en tu país o región, y qué clase de empresa te permitirá lograr los servicios o productos de mejor calidad.

Paso 6: Desarrolla tu Plan de Promoción ¿Cómo vas a promocionar tu producto o servicio? ¿Cuál y dónde está tu mercado objetivo (local, nacional, internacional)? ¿Qué canales de distribución utilizarás?

Paso 7: Busca los socios y las personas adecuadas con las que trabajar.

Paso 8: Gestiona los riesgos. La creación de una empresa es un gran paso. Una empresa nueva puede ser emocionante. Sin embargo, también puede ser arriesgada. Para algunas/os, significa poner en riesgo los ahorros personales y un empleo seguro. Identifica los riesgos a los que te puedes enfrentar.

Paso 9: Redacta Tu Plan de Negocio La planificación es fundamental para el éxito en los negocios. Es la clave para conseguir y hacer que pasen cosas. Se puede utilizar el plan de negocio como una herramienta operativa que te ayudará a gestionar tu negocio con eficacia.

Paso 10: Haz crecer y desarrollar tu negocio.