

Guía de Acompañamiento al Emprendedor

Herramienta de trabajo
del asesor



Guia de Acompañamiento al Emprendedor

Autores

John Jaime Acosta Acosta.

ParqueSoft Pasto.

Henry William David Guerrero.

Institución Universitaria CESMAG.

Jorge Arturo Dorado Goyes.

Universidad Mariana.

Jair Geovanny Guevara Delgado.

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Irina Margarita Jurado Paz.

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño

Gaby Melo Burbano.

Institución Educativa Municipal Francisco de la Villota

COMITÉ PROYECTOS

Silvia Amaguaña.

Gobernación de Nariño

Andres Cerón

Corporación Universitaria Autónoma de Nariño.

Galo Diaz

Institución Universitaria CESMAG.

Diana Fuertes

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Equipo Direna

Andrés Sánchez.

Isabel Cristina Henao.

Equipo Parquesoft Pasto

Jhon Edwar Obando

Diseño.

Alejandra Cabrera

Concepto Comunicativo Visual

Gelber Moral Silva

Dirección

Publicación realizada en el marco de desarrollo del programa de Desarrollo con Identidad Regional entre España y Nariño - DIRENA apoyado y financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID.

La reproducción parcial o total de la presente guía será con previa y expresa autorización del Programa DIRENA y de la Red Regional de Emprendimiento de Nariño.

Esta publicación forma parte de los entregables correspondientes al proyecto “Ruta de Emprendimiento de Nariño - RUTA E” desarrollado por el Programa de Desarrollo con Identidad Regional entre España y Nariño – DIRENA, con apoyo y financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID.

©Todos los derechos reservados. Programa de Desarrollo con Identidad Regional entre España y Nariño - DIRENA.

Agradecimientos

El programa de Desarrollo con Identidad Regional entre España y Nariño - DIRENA, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID y la Red Regional de Emprendimiento de Nariño - RREN, agradecen a todas las personas e instituciones involucradas en el desarrollo de la guía de acompañamiento al emprendedor, documento que gracias a su esfuerzo, dedicación, conocimiento y entrega, hará posible trazar una ruta clara con la que los emprendedores tendrán las herramientas teórico-prácticas necesarias para hacer realidad su emprendimiento.

Agradecemos su interés y gestión en favor de generar en nuestra región un ecosistema emprendedor fuerte caracterizado por ser el resultado de una articulación continua y enfocada a generar una cultura emprendedora y empresarial que aporte al desarrollo económico y social del Departamento de Nariño.

Tabla de Contenido

Capítulo	Pág.
¿Qué es un ecosistema de emprendimiento?	6
Actores del ecosistema de emprendimiento de Nariño	8
Perfil y funciones del asesor	10
I. Conocimientos	11
II. Experiencia	12
III. Actitudes y Habilidades	12
IV. Funciones	13
¿Quién es un Emprendedor?	14
Normativa y política pública sobre emprendimiento	16
El camino del emprendedor	22
Etapas del Emprendedor	26
1. Gestión de la idea	27
2. Decisión de emprender	30
3. Realiza un prototipo	33
4. Validación	36
5. Modelo de negocios	38
6. Financiamiento	42
7. Formalización (aspectos legales)	43
8. Fortalecimiento y consolidación empresarial	45

¿Qué es un Ecosistema de Emprendimiento?

Desarrollar una nueva empresa no se determina sólo por una buena idea, sino también por la capacidad de convertir esa idea en un concepto que logre satisfacer la necesidad latente de un mercado específico, encontrando nuevas y diferentes formas de brindar respuesta a dicha necesidad.

Si esa nueva idea se puede transformar en un concepto tangible, atiende a una necesidad y existe un mercado con la intención de pagar por ella, entonces se puede encontrar una oportunidad para construir un modelo de negocio.

No obstante, para que este modelo de negocio siga en marcha, se necesitan

distintos factores como por ejemplo: Mercado, tecnología, negociación, infraestructura, capital, etc.

Los factores mencionados, muchas veces se mueven por estímulos aparentemente distintos, lo que no permite la colaboración y el trabajo en equipo. Sin embargo, cuando se encuentra una forma para hacer coincidir sinergias, se pueden lograr acuerdos en común en los que todos los involucrados obtengan beneficios individuales y colectivos.

Para lograr lo anterior, es necesario crear un diálogo entre actores con una formación distinta: gente de negocios, gente de ciencia, empresas

que buscan rentabilidad, organismos de apoyo, instituciones académicas, instancias de gobierno, ONG, etc.

Por lo tanto, un “ecosistema de emprendimiento” tiene un carácter sistémico, que requiere un trabajo integral de articulación de sus diferentes actores relacionados con el objetivo común de “fortalecer la creación de empresas en un determinado contexto” y de quienes dependerá lograr redes de cooperación y de colaboración entre personas e instituciones que apoyen la creación de nuevas unidades económicas y nuevas cadenas de valor generadoras de desarrollo para sus regiones.

“convertir esa idea en un concepto que logre satisfacer la necesidad latente de un mercado específico”



Actores del Ecosistema de Emprendimiento de Nariño

El mapa de recursos de una región, es cambiante y se estructura con los procesos que se estén desarrollando en un territorio. Por lo tanto, en la actual (2017), las instituciones que hacen parte de este ecosistema en Nariño son:

Etapa Sensibilización Motivación

Instituciones Educativas:
Proyectos Institucionales para fomentar la cultura de Emprendimiento: Luis Eduardo Mora Osejo, Heraldo Romero Sánchez, Francisco de la Villota, Nuestra señora de Guadalupe, Santa Teresita y Centro Educativo Jamondino.

- Universidades: Unidades de Emprendimiento Udenar, Cesmag, Mariana, y Autónoma
 - Sena Regional Nariño
 - ParqueSoft Pasto
- Administraciones Municipales: Programas de Desarrollo Económico, Centros de Emprendimiento.

Etapa Ideación o Reconocimiento de una oportunidad de Negocio

- Universidades: Unidades de Emprendimiento Udenar, Cesmag, Mariana, y Autónoma
- Sena Regional Nariño
- ParqueSoft Pasto



Etapa Consolidación de Empresas

SENA: Fondo Emprender

Etapa Creación de Empresas

- Universidades: Unidades de Emprendimiento Udenar, Cesmag, Mariana, y Autónoma
- Sena Regional Nariño
- ParqueSoft Pasto
- Administraciones Municipales: Programas de Desarrollo Económico, Centros de Emprendimiento
- Sena Regional Nariño
- ParqueSoft Pasto
- Cámaras de comercio: Pasto, Ipiales, Tumaco

Perfil y Funciones del Asesor

En el marco de desarrollo del programa DIRENA, el proyecto RUTA E tiene como objetivo principal fortalecer el ecosistema de emprendimiento en el Departamento de Nariño mediante la cualificación de las capacidades de los actores que lo integran. En este sentido, se consideró necesario generar una herramienta que permita estandarizar la información de los responsables de la asesoría a los emprendedores. La presente guía define el perfil del asesor y cuál es su importancia en el proceso de emprendimiento.

Bajo estas consideraciones, se concertó que un asesor es la persona que brinda un acompañamiento u orientación al emprendedor, cuya labor puede hacerse continua y permanente o eventual, toda vez que el objetivo de este ejercicio es apoyar para que éste actor persista en el proceso, supere los obstáculos, fortalezca el proyecto y lo culmine con el mayor éxito posible.

A continuación se describe los requisitos que los profesionales dedicados a esta actividad deberían tener, así:

I. CONOCIMIENTOS:



II. EXPERIENCIA:



A. Experiencia en asesoría, formulación de proyectos y/o creación de empresa mínima de 2 años en cualquiera de los temas antes mencionados.

III. ACTITUDES Y HABILIDADES:

A. Actitud hacia el emprendimiento.

B. Habilidades comunicativas.

C. Liderazgo.

D. Trabajo en equipo.

E. Creatividad.

F. Objetividad.

G. Capacidad para resolver problemas.

H. Manejo de grupo.

I. Motivador.

J. Capacidad de adaptación al cambio.

K. Orientación al logro.

L. Organización.

M. Proactividad.

N. Empatía.

O. Propositivo.

P. Asertividad.

Q. Gestión eficiente del tiempo.

R. Efectividad.

S. Flexibilidad.

T. Resiliencia.

U. Relacionamiento.

V. Disciplina.



IV. FUNCIONES

A partir de las diferentes responsabilidades y funciones de los integrantes de la Red Regional de Emprendimiento de Nariño - RREN, se puede concluir que las principales funciones de los asesores de emprendimiento son:

A Dirigir y guiar al emprendedor en las tareas adecuadas para el desarrollo de su modelo de negocio.

B Identificar competencias empresariales y perfil de cada emprendedor.

C Orientar al emprendedor en el manejo de herramientas para el desarrollo de la modelación del negocio.

D Informar sobre recursos e instituciones financieras y de apoyo para la puesta en marcha de la organización.

E Elaborar, diseñar, gestionar, impartir procesos y actividades tanto de formación como de entrenamiento en competencias especiales necesarias para el emprendimiento.

F Motivar y entrenar en actitudes propias de un emprendedor exitoso.

G Evaluar el progreso y los resultados obtenidos en la ejecución de las actividades.

H Elaborar y presentar informes obtenidos.

I Validación temprana para la consolidación de la idea de negocio y durante el proceso de formulación de planes de negocios y modelos de negocios.

J Conexiones con redes de emprendedores y entidades para el financiamiento en etapa temprana.

K Identificación y conexiones asertivas para la captación de clientes y desarrollo de nuevos mercados, generando ventas reales.

L Hacer uso de las herramientas creadas a partir del proyecto Ruta E de Nariño (hoja de ruta y acompañamiento del asesor)

M Gestionar la información referente a las asesorías, proyectos, modelos de negocios y demás actividades desarrolladas con los emprendedores a través de la plataforma www.narinoemprende.com.co

¿Quién es un Emprendedor?

Según el diccionario de la Real Academia Española, Emprendedor es “quién inicia o asume acciones dificultosas o arriesgadas”, lo que literalmente significa que si hay dificultad o riesgo en las acciones, no cualquiera está en condiciones de iniciarlas.

El camino que debe recorrer el emprendedor para hacer realidad su propósito está demarcado por grandes retos que van desde modelos de pensamientos propios o de personas muy cercanas a él, hasta procedimientos institucionales que exigen la puesta en marcha de sus proyectos, sin embargo, son estas series de desafíos los que deberán fortalecerlo para que con cada una de ellas, sus propósito se vaya enriqueciendo.

En consecuencia, puede afirmarse que emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo. Cuando esos deseos se alcanzan y estos retos se logran asumir de manera correcta, generan múltiples beneficios tanto individuales como colectivos, siendo la región, la principal favorecida de los mismos.

En nuestro contexto muchos de los emprendedores no lo hacen solamente para aprovechar un momento, sino para generar mejores condiciones y nuevas oportunidades en el mercado laboral, siendo actores dinámicos en la productividad y competitividad territorial.

Un emprendedor es un líder comprometido con la transformación productiva de su región, trabaja constantemente por la creación de empresas que no únicamente le generan utilidades, sino que propician nuevos puestos de trabajo sostenibles, generando un relevo generacional de actores y nuevas apuestas económicas que aportan a una nueva dinámica de desarrollo local, basada en el desarrollo del tejido empresarial del territorio.

Actualmente en Colombia se han establecido normas y políticas públicas sobre el emprendimiento. Acompáñanos a conocerlas.



“Un emprendedor es un líder comprometido con la transformación productiva de su región”

Normativa y Política Pública sobre Emprendimiento

En los últimos años países con economías emergentes como Colombia, han implementado políticas que estimulan la creación de nuevas unidades de negocio o nuevos negocios que benefician la situación económica nacional a través de un jalonamiento a indicadores relacionados con el crecimiento del país tales como: el empleo, la tasa de crecimiento, productividad, competitividad, entre otros.

Para ello, se ha desarrollado un modelo de política pública que promueva el emprendimiento en la nación y vincule a diferentes actores en pro de dinamizar este importante tema de la realidad nacional, para ello se ha estipulado cinco ejes estratégicos que se puede resumir claramente en el siguiente gráfico:



Estos cinco ejes estratégicos brindan un marco claro para entender qué es, qué hace y cómo funciona la política nacional del emprendimiento, donde se correlacionan tres pilares estratégicos que son: La formalización, la financiación y la articulación de los actores, apoyados en un eje transversal que habla sobre el soporte no financiero; además de la ciencia, la tecnología y la innovación.

“para continuar con el desarrollo del potencial emprendedor en el país, es necesario consolidar, modernizar y dinamizar los ecosistemas tanto nacionales, regionales, locales e institucionales.”

Con el fin de describir lo consignado en el anterior gráfico, es necesario hacer una revisión de la normatividad vigente que regula la Política Nacional de Emprendimiento en Colombia. Para ello es pertinente hacer una referencia inicial sobre la Carta Magna de los colombianos, la Constitución Política de Colombia de 1991, de la cual se relacionan los siguientes artículos:

ARTÍCULO 333:

Libertad económica.

En los dos artículos citados anteriormente, hacen referencia a que en Colombia, sus ciudadanos tienen plena libertad para asociarse, crear empresa con capital privado, siempre y cuando, estén en mercado de un beneficio común. A partir de esta gran ley, se desprenden varias legislaciones que articulan el tema del emprendimiento en el país, a continuación, se hace una breve relación de esta normatividad:

• **LEY 789 DE 2002, ARTÍCULO 40:**

Por el cual se creó el Fondo Emprender, como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje-Sena-, recursos que serán administrados por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales, en los términos allí dispuestos

• **DECRETO 934 DE 2003:** Condiciones generales para el funcionamiento del Fondo Emprender. En él se hace relación la regulación de cómo operará directiva y administrativamente el FE, además de especificar las fuentes de financiación del mismo.

• **LEY 905 DE 2004:** Promoción de las MIPYMES. A través de esta ley se establece cuáles son las categorías de las empresas en Colombia, teniendo en cuenta dos variables, el número de empleos directos generados y

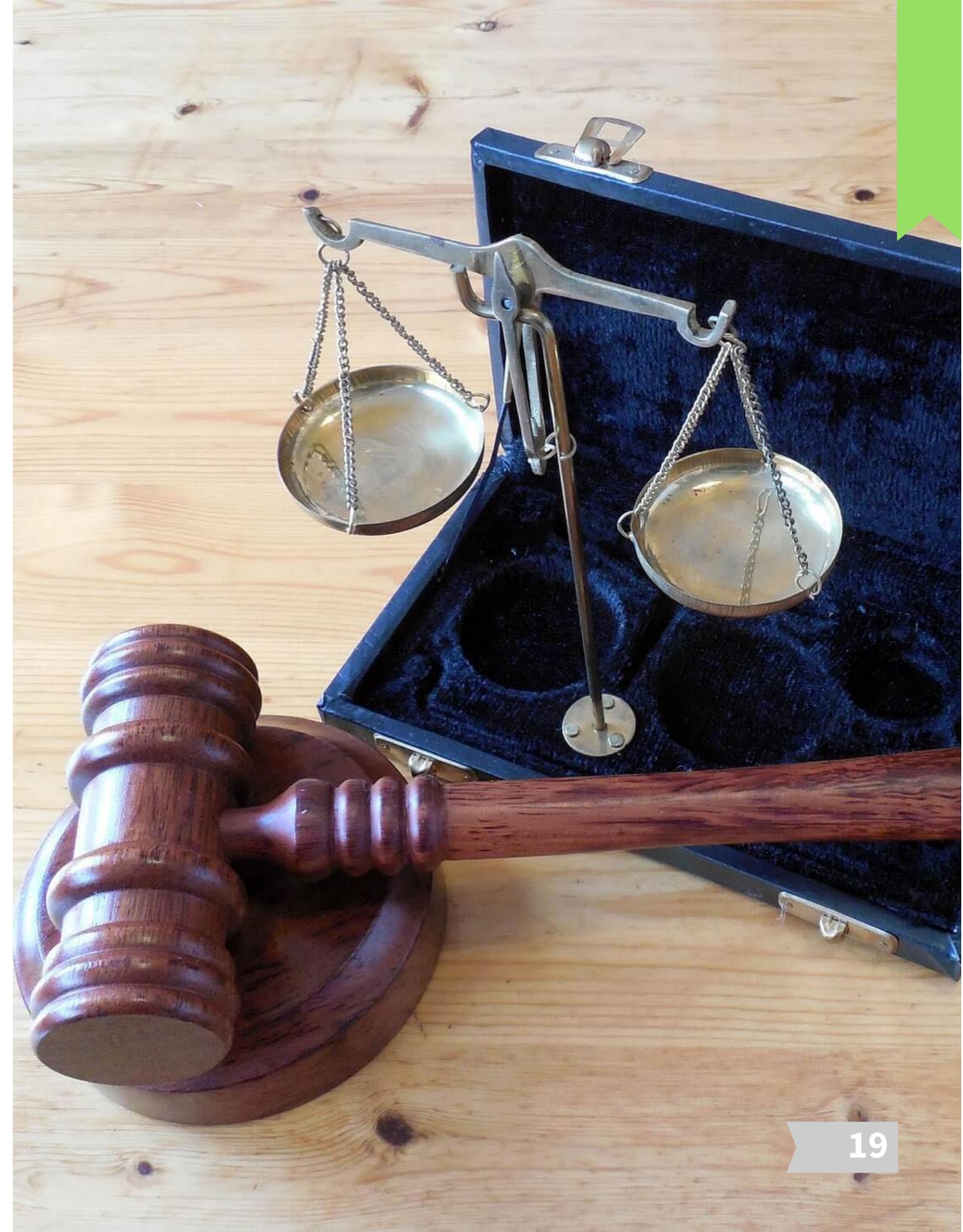
el total de activos, descontando de este último, el valor del inmueble.

Con esta ley se crea el FOMIPYME, que es el órgano estatal que financia las iniciativas empresariales y facilita la capitalización de las mismas a través de créditos especiales.

Según esta normatividad, existen unos actores claves en el ejercicio del financiamiento empresarial, los cuales son:

- a. Fondo Nacional de Regalías.
- b. Cámaras de comercio como administradora de recursos públicos.
- c. Entidades bancarias.

• **LEY 1014 DE 2006:** Fomento a la cultura del emprendimiento. Esta ley establece todos los lineamientos de forma y de fondo, sobre la política pública de emprendimiento, la cual está orientada hacia la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales tanto en el sistema educativo formal como en el no formal.



• **LEY 1429 DE 2010:** Formalización y la generación de empleo. Esta ley declarada exequible por la Corte Constitucional, mediante sentencia en el año 2011, regula todos los incentivos que el estado colombiano promueve para la formalización de las empresas y la generación de empleo por parte de la misma. Estos estímulos están enmarcados en temas relacionados con disminución de los aportes al estado a través de una disminución de renta progresiva, además de la creación de líneas especiales de crédito y microcrédito para los sectores rurales.

Ahora bien, aunque la política nacional ofrece un panorama relativamente claro sobre las dimensiones del emprendimiento en el país, existen desa-

fíos regionales que aún no aterrizan completamente esta información en los contextos locales, puesto que, en este punto, se sigue evidenciando una débil articulación de las entidades que apoyan el emprendimiento en las regiones, y la falta de las mismas para que cumplan completamente con lo consignado en la legislación.

De igual manera, para para continuar con el desarrollo del potencial emprendedor en el país, es necesario consolidar, modernizar y dinamizar

los ecosistemas tanto nacionales, regionales, locales e institucionales.

Dichas instituciones a su vez impulsarán en cada organismo del estado para que se promueva, fortalezca e impulse el desarrollo del emprendimiento y el empresarismo colombiano.



El Camino del Emprendedor

Como asesor en emprendimiento es importante conocer el camino que debe recorrer el emprendedor, para de esta forma, poder guiarlo satisfactoriamente por cada etapa del proceso de emprendimiento, así:



1. GESTIÓN DE LA IDEA: Apoyar en la identificar de una necesidad o problema que pueda ser atendida mediante una idea de negocio de la cual pueda resultar un emprendimiento sustentable.

2. DECISIÓN DE EMPRENDER: A través de un proceso pedagógico facilitar conocimientos al emprendedor para que conozca y asimile los retos y beneficios que constituye ser empresario.

3. PROTOTIPADO: Facilitar herramientas e instrumentos para que el emprendedor pueda obtener un producto o servicio mínimo viable, que permita hacer tangible lo que antes era una idea, propiciando que el emprendedor pueda acercarse a un potencial cliente con un instrumento más claro para explicar su idea de negocio y realizar una venta. (Aplica si el tipo de empresa lo requiere)

4. VALIDACIÓN: A través de ejercicios de empatía el asesor pide al emprendedor, buscar amplias opiniones con respecto a la pertinencia o la necesidad de ajustes o modificaciones para el éxito de la idea.

5. MODELO DE NEGOCIOS: Se debe acompañar al emprendedor en la construcción de su modelo canvas y ayudarlo a identificar los lineamientos generales para poner su idea de negocio en marcha con la identificación de diferentes aspectos o componentes del canvas que facilitan su comprensión de su negocio.

6. FINANCIAMIENTO: Se debe apoyar al emprendedor en la identificación de las fuentes de financiación (recursos propios, privados o públicos) para su idea de negocio se haga realidad, promoviendo principalmente que inicie con la construcción de su PMV (producto mínimo viable) como un esfuerzo propio y de inversión inicial del grupo de emprendedores.

“La mentoría constante, los procesos de acompañamiento y seguimiento para que el emprendedor pueda consolidar su producto o servicio en el mercado”



7. FORMALIZACIÓN: El asesor debe guiar frente a los aspectos legales generales para la formalización de la empresa ante la Cámara de Comercio, además de ayudar a identificar los requisitos para los diferentes tipos de empresa y la que más conviene según la idea de negocio del emprendedor.

8. FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL: La mentoría constante, los procesos de acompañamiento y seguimiento para que el emprendedor pueda consolidar su producto o servicio en el mercado, es uno de los retos más grandes de los asesores de emprendimiento, es así que este debe realizar talleres, gestionar encuentros y facilitar contactos para que la red social de aprendizaje y conocimiento del emprendedor crezca, aprendiendo de otros, fortaleciendo sus habilidades empresariales y desarrollando habilidades para consolidar su negocio.

Etapas del Emprendedor

La presente guía desarrolla de forma clara y eficiente los 8 pasos fundamentales por los cuales el asesor de emprendimiento debe guiar al emprendedor en el desarrollo de su idea de negocio.

Se inicia con la identificación de la idea, continuando con la sensibilización entorno a la importancia del emprendimiento, la realización de un proceso de prototipado, la validación de que su idea puede llegar a ser un negocio, el diseño de un modelo de negocios, el financiamiento (privado o público), la formalización (aspectos

legales de constitución de la empresa) y finalmente el fortalecimiento y consolidación empresarial.

Es importante aclarar que el emprendedor puede ya tener adelantado uno o más de dichos pasos, por lo tanto, el asesor está en la tarea de adaptarse al ritmo, al proceso y al estado en el que cada emprendedor o proyecto de emprendimiento se encuentre.

A continuación se profundizará cada uno de los pasos a seguir.

1 GESTIÓN DE LA IDEA.

El asesor está en la tarea de explicar de forma sencilla y práctica que una idea de negocio se produce cuando una persona logra articular su imaginación y creatividad con soluciones a problemas o necesidades de otras personas, siempre con una perspectiva de negocio.

No obstante, no todos los emprendedores tienen una idea de negocio, como asesor también puede ayudarlos a descubrir todo su potencial, desarrollar su creatividad, e imaginación para así poder experimentar la posibilidad de complementar su idea de negocio o hacer mejoras que propicien el nacimiento de nuevas ideas de negocio.



¿CÓMO AYUDARLO A DESARROLLAR UNA IDEA DE NEGOCIO?

- Observar las necesidades o problemas de una población.
- Identificar públicos objetivos.
- Identificar ventajas competitivas.
- Entender el momento oportuno.
- Investigar los recursos con que cuentas.
- Liberar tu imaginación.

Toma nota y acompáñanos a conocer cada una de ellas.



A. OBSERVAR LAS NECESIDADES O PROBLEMAS DE UNA POBLACIÓN:

Una gran oportunidad puede estar a simple vista. Lleva a que el emprendedor haga una lista de las necesidades que tiene un consumidor y de las empresas existentes que no la están cubriendo de forma adecuada, o simplemente no existe ninguna empresa que dé solución a dicha demanda.



B. IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS:

Una vez observadas las necesidades o problemas de diferentes grupos poblacionales, ayúdalo a escoger la idea que más le apasione y considere más probable de realizar. Impulsa al emprendedor para que investigue sobre su público objetivo, es decir, las personas quienes serán sus potenciales clientes.



C. VENTAJA COMPETITIVA:

El asesor debe guiar a la persona a ofrecer algo que se diferencie de su competencia, debes ayudarlo a observar profundamente su diferenciador, ese conocimiento o forma de hacer las cosas, que hará que marque la diferencia y sea más susceptible de elección por el consumidor.



D. ENTENDER EL MOMENTO OPORTUNO:

Se debe promover el reconocimiento de la oportunidad que tiene la idea de negocio frente a una necesidad insatisfecha, promoviendo la cultura Maker y desarrollando en el emprendedor la actitud que el momento para hacerlo es AHORA, no esperar a mañana para iniciar a emprender.



E. INVESTIGAR LOS RECURSOS CON LOS QUE CUENTAS:

Se debe realizar un acompañamiento al emprendedor para identificar qué tantos recursos requiere su idea de negocio para poder ser realizada, en este proceso el emprendedor podrá identificar qué nuevo conocimiento debe desarrollar y el apoyo de quien debe encontrar.



F. LIBERA TU IMAGINACIÓN:

Aleja al emprendedor de los estereotipos, y la forma tradicional de pensar y hacer las cosas, Realiza una lluvia de ideas, piensen diferente, Ayúdalo a creer en su potencial y a realizar una propuesta de valor 100% divergente.

Para cumplir con los anteriores pasos en la gestación de la idea, el asesor de emprendimiento puede invitar a un grupo de emprendedores a talleres "ideatones o hackatones", los cuales tiene como objetivo propiciar en el evento la transferencia de conocimiento y metodologías para la idea-

ción y conceptualización de su idea de negocio, permitiendo a los usuarios, experimentar actividades de innovación, exclusivamente enfocadas en la generación de ideas de solución o emprendimiento ante un problema social determinado.

2 DECISIÓN DE EMPRENDER

Si el emprendedor ya tiene una idea de negocio, es tiempo de soñar que él/ella también puede emprender, soñar con la independencia, soñar con ser su propio jefe, soñar con ser exitoso y construir paso a paso su empresa. Soñar es el primer síntoma de la persona que puede llegar con mayor facilidad al éxito empresarial.

Pero para ser emprendedor tiene primero que conceptualizar, apropiarse y apasionarse por su idea de negocio y por el emprendimiento.

¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO?

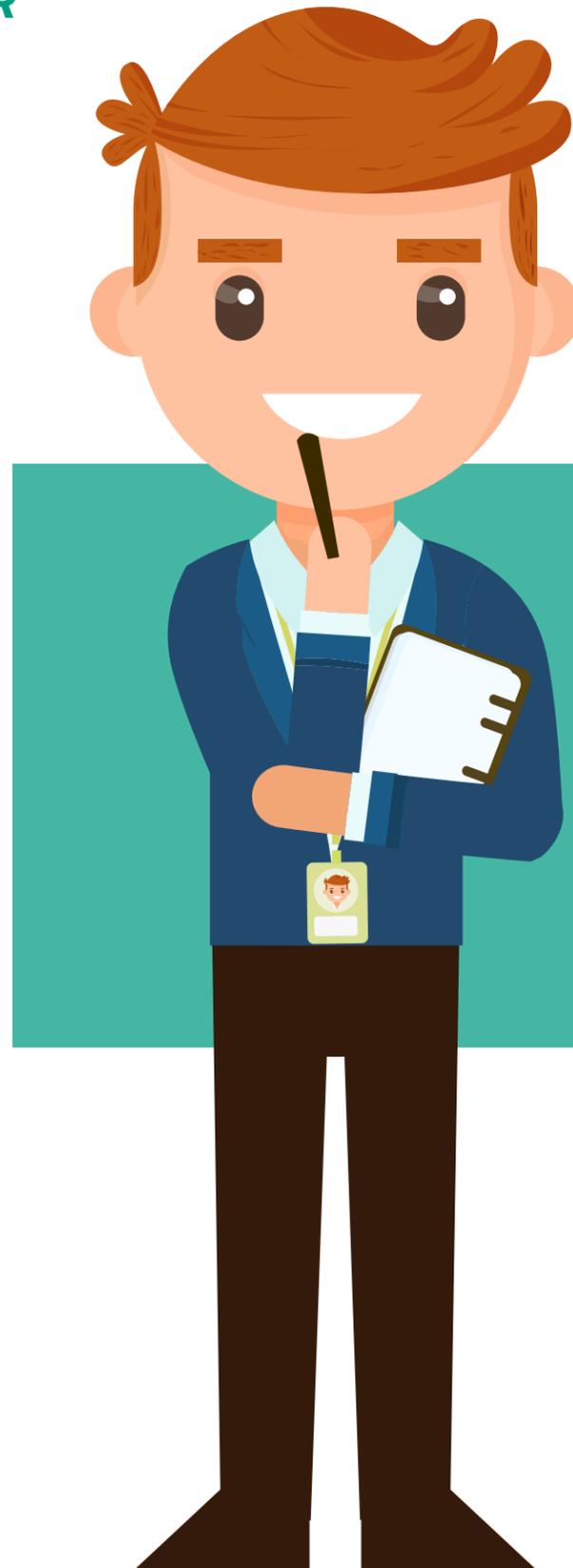
Es la iniciativa de una persona para desarrollar un modelo de negocio a partir de una idea particular que permita la producción de ingresos, es decir, la articulación de esfuerzos para crear una empresa.

Para hacer realidad esto, se requiere establecer una idea de negocio dentro de una dinámica de mercado y lograr que se consolide de forma sustentable en el tiempo, y que tenga como resultado, además del beneficio económico y la productividad de la empresa, un desarrollo que aporte a la construcción de territorio.

VENTAJAS DE EMPRENDER.

Emprender siempre será un riesgo, sin embargo, es un riesgo que vale la pena. Acompáñanos a descubrir la razón de asumir un proceso de emprendimiento.

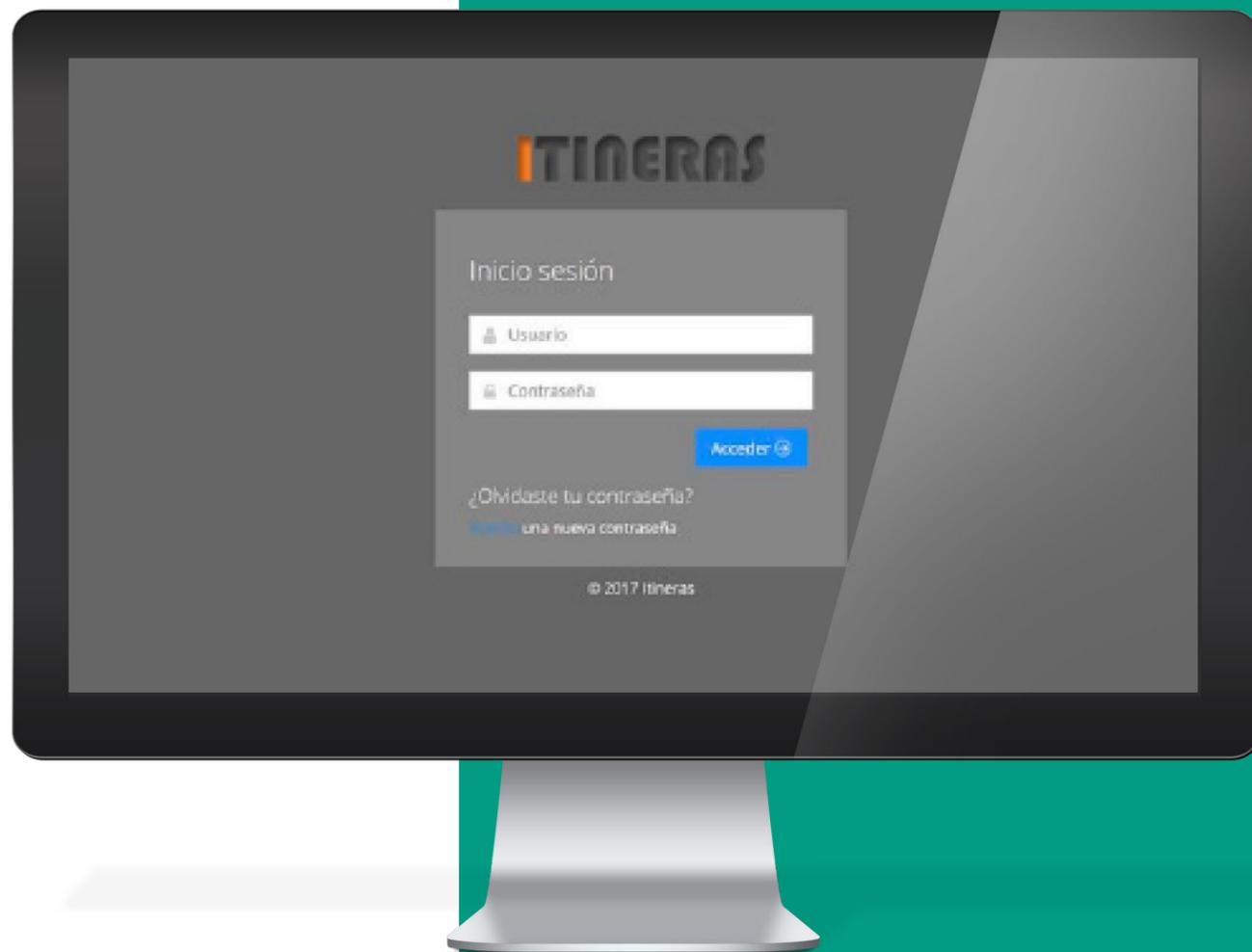
“es la articulación de esfuerzos para crear una empresa”



Una vez el emprendedor tome la decisión de emprender, el asesor está en el deber de ingresar a la plataforma www.narinoemprende.com.co donde tendrá las herramientas necesarias para sistematizar y conectar al emprendedor con las entidades necesarias, es importante resaltar que para ingresar a dicha plataforma es necesario que se solicite una contraseña y un usuario a la Red Regional de

Emprendimiento de Nariño - RREN de lo contrario no se podrá hacer uso de la misma.

Para más información puedes comunicarte con la Red Regional de Emprendimiento de Nariño mediante el correo: emprendenarino@gmail.com



3 REALIZA UN PROTOTIPO

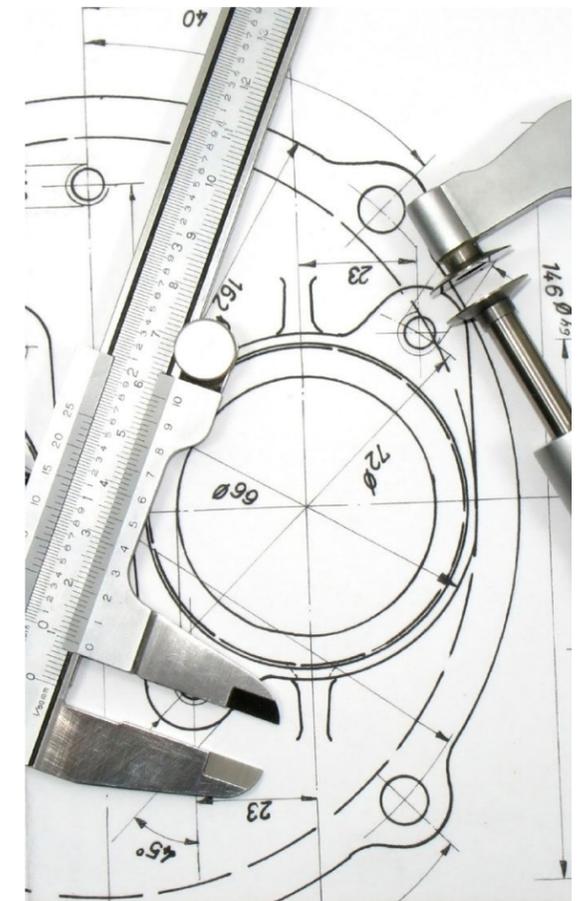
Si el emprendedor ya cuenta con su idea de negocio, y ha realizado todo un proceso de sensibilización entorno a la importancia del emprendimiento y todo lo que el mismo implica, es hora de que el producto vea la luz, es decir, pasar del papel a la acción, es tiempo de modelar el producto, pasar de la imaginación a un elemento que pueda ser analizado y retroalimentado por potenciales clientes.

En este paso es importante aclarar que el éxito para todo emprendedor viene de la posibilidad de realizar feedback de su producto o servicio, por lo tanto, es de vital importancia realizar el diseño de un prototipo y el pilotaje del mismo, es decir, crear el producto o diseñar la metodología para el servicio que se ofrece

Para realizar un prototipo debe seguir los siguientes pasos, así:

- a. Visualizar.
- b. Tener una mentalidad abierta.
- c. Motivarlo a tener más ideas.
- d. Siéntete cómodo.
- e. Depura.
- f. Crea Modelos "Shrek"
- g. Busca ayuda.
- h. Lleva un registro del proceso.

Acompáñanos a descubrir cada uno de estos pasos:



VISUALIZAR:

De esta forma comenzará a aprender acerca de esa idea. Se trata de algo concreto con lo que el emprendedor puede aprender acerca de su idea, has un diseño en papel, dibújalo.

TENER UNA MENTALIDAD ABIERTA:

Ayúdalo a hacer un prototipo de “lo que no se puede hacer”. Motívalo para que realice encuentros con potenciales clientes que lo retroalimenten o validen la idea de negocio. El emprendedor debe tener una mentalidad abierta y no puedes permitir que sus gustos, pasiones o el conocimiento lo bloquee en la búsqueda de su modelo de negocio.



MOTIVARLO A TENER MÁS IDEAS:

Si el emprendedor se queda con el primer diseño que encuentra no conseguirá explorar nuevas alternativas, así que no permitas que caiga en un enamoramiento prematuro. Has el llamado a seguir creando y buscando otras ideas para resolver el problema o necesidad.

SIÉNTETE CÓMODO:

Deja que todo fluya. En etapas tempranas la dirección que hay que seguir no está clara, por lo que hay que explorar varias vías y tener la mente abierta a todo. Pero lo más importante es no entrar en pánico y querer dejar todo marcado demasiado pronto, motiva al emprendedor a que siga investigando sin miedo, busque mentores y dialogue con clientes para recibir feedback a su idea.

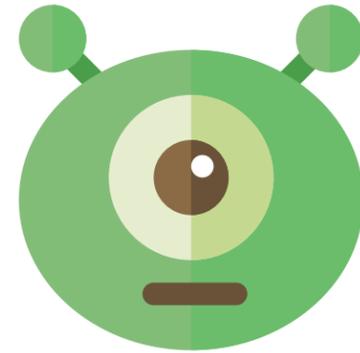


DEPURA:

Los prototipos depurados son los más difíciles de desechar. Es importante que sean rápidos, baratos y aproximados. A medida que junto con el emprendedor sigan explorando e investigando verán lo que funciona y lo que no. Motiva al emprendedor a adoptar lo que escucha de sus clientes y apóyalo para que su prototipo sea el resultado de un buen proceso de empatía.

CREA MODELOS “SHREK”:

Se trata de modelos de prototipos extremos y fuera de lo normal, ideas disruptivas y de alto valor diferencial frente a productos o servicios de la competencia que se encuentre en el mercado, ideas que son poco probables de construir por otro emprendedor. Estos le ayudarán a generar debate y a aprender de cada cosa. Les será de crecimiento mutuo.

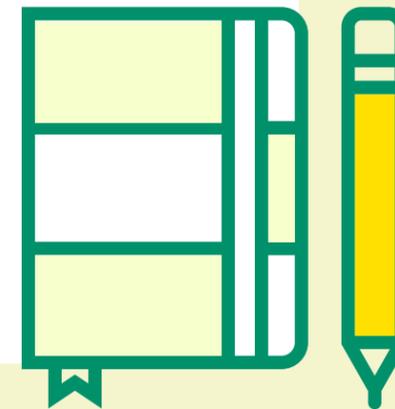


BUSCA AYUDA:

Trabajar en equipo siempre será útil, necesario y complementario. Si el emprendedor no tiene el conocimiento para desarrollar su prototipo, siempre será indispensable que un experto en la materia lo ayude a hacer realidad su diseño o supervise que todo tenga la más alta calidad, recuerden que debemos motivar al emprendedor a realizar un trabajo interdisciplinario y que la generación de negociaciones y alianzas es el mejor negocio para crear en conjunto

LLEVA UN REGISTRO DEL PROCESO:

Es importante llevar un registro de todos los cambios que el prototipo va teniendo, al igual que motivar para que el emprendedor sistematice los aprendizajes y conocimientos que ha ido adquiriendo. Todo eso va a servir para ponerlo en práctica a lo largo del proceso y que en cada iteración mejora de su producto o servicio, se tenga las herramientas necesarias para reconocer las variaciones en el mercado y las características diferenciadoras del producto en el mercado.



4 VALIDACIÓN

Una vez realizado el prototipo, es el momento de hacer una pequeña muestra al público, esto con el fin de validar si lo que en un principio fue una idea, y que ahora se ha convertido en algo tangible, funciona para el consumidor al que va dirigido, o si es necesario hacer cambios que aporten a la decisión de compra final por parte del cliente.

Para este paso es importante delimitar claramente el público objetivo, esto con el fin de que los resultados sean lo más acertados posibles. Para llevarlo a cabo sigue los siguientes pasos, así:

- a. Variables demográficas.
- b. Variables socio-económicas.
- c. Variables psicográficas.
- d. Variables conductuales.
- e. Determina las actividades de acuerdo al servicio o producto del emprendedor.
- f. Evalúa y saca conclusiones.

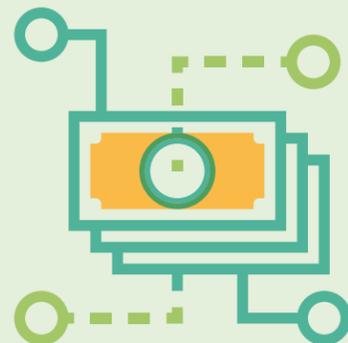


VARIABLES DEMOGRÁFICAS:

El asesor, debe acompañar al emprendedor a identificar aspectos como la edad, el sexo y la nacionalidad de sus potenciales clientes, para que a partir de este proceso, pueda ajustar su idea de negocio con valores agregados que beneficien a los clientes que cumplan con este segmento de mercado.

VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS:

También es importante definir las características que determinan los ingresos, la ocupación y la educación del público objetivo al cual llegará el producto y servicio, facilitando la población con la cual se debe realizar la validación.



VARIABLES PSICOGRÁFICAS:

El cliente moderno, exige al emprendedor, nuevos retos, hoy compramos por afinidad, nuevas experiencias y filosofía de vida, por eso, debemos identificar en nuestros clientes características con respecto a la personalidad, estilos de vida, intereses, gustos, inquietudes, opiniones y valores.



VARIABLES CONDUCTUALES:

Por último, deben analizar los posibles clientes, teniendo en cuenta aspectos como la lealtad de marca, beneficios buscados (precio, calidad, servicio), tipo de usuario, nivel de uso, de esta manera el emprendedor va a tener mayor información para estructurar una estrategia de mercadeo que cumpla con los aspectos principales de la conducta de sus futuros compradores.



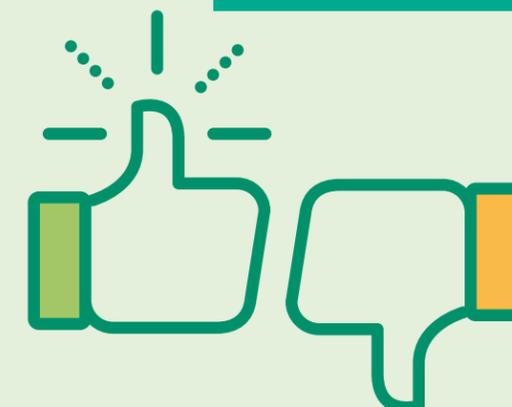
DETERMINA ACTIVIDADES:

Es importante que el emprendedor con las conclusiones de los públicos estratégicos a los cuales pretende llegar, determine actividades de encuentro: visitas, encuestas presenciales, actividades con grupos focales, entre otras acciones, donde el emprendedor pueda obtener una retroalimentación o feedback de su idea.



EVALÚA Y SACA CONCLUSIONES:

Luego de tener un proceso de empatía y retroalimentación con los posibles clientes, el emprendedor con acompañamiento del asesor, debe generar un plan de mejora de su prototipo, evaluando los hallazgos más importantes de cada actividad de feedback y generando iteraciones a su producto o servicio y volviendo a realizar un proceso de evaluación del prototipo ajustado.

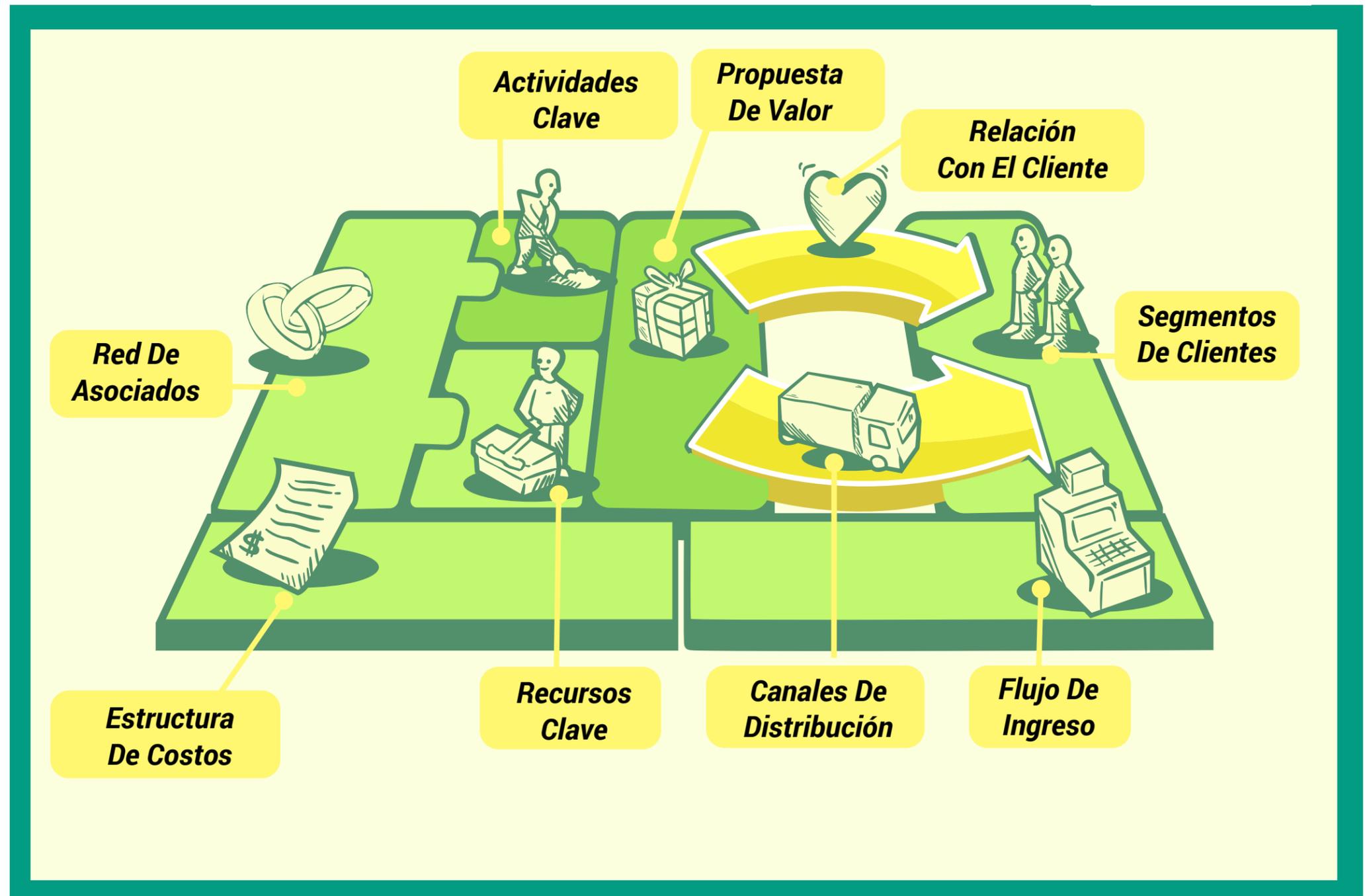


5 MODELO DE NEGOCIOS

El emprendedor luego de realizar un pilotaje de su prototipo de producto o servicio, realizar ejercicios de ventas y buscar un escalonamiento económico, debe crear su lienzo de modelo de negocios que permitirá mediante un documento escrito, obtener una mirada general de la idea de negocio, en este documento uno encuentra en un lienzo toda la información necesaria para comprender el negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.



https://youtu.be/kEg8nh9_AvI



- A. Clientes o usuarios.
- B. Canales de distribución.
- C. Relación con el cliente.
- D. Recursos claves.
- E. Actividad clave.
- F. Red de asociados.
- G. Flujos de ingreso.
- H. Estructura de costos.
- I. Propuesta de valor.



A. CLIENTES O USUARIOS:

Grupo específico a quienes va dirigido el producto servicio, es importante tener en cuenta que estos tienen características homogéneas, es por esto que les puede interesar el servicio o producto.

<https://youtu.be/O74hVuoFn70>



D. RECURSOS CLAVE:

Aquellos recursos vitales para el funcionamiento de su empresa. Estos pueden ser:

- a. Materiales: Planta física, materia prima etc.
- b. Intelectuales: Planes, metodologías, manuales etc.
- c. Humanos: Personal.

<https://youtu.be/xsMqui2-kBg>



B. CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Pueden ser directos o indirectos.

Los Directos son aquellos que no tienen intermediarios.

Los indirectos son aquellos donde existe un intermediario y el contacto con el cliente NO es directo.

<https://youtu.be/OacpcZ9VU30>



E. ACTIVIDAD CLAVE:

Aquellas actividades necesarias para entregar la propuesta de valor al cliente. Estas pueden ser:

- a. Actividades administrativas.
- b. Actividades de producción.
- c. Actividades comerciales.

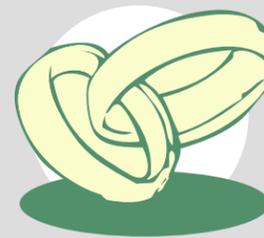
<https://youtu.be/8-3wvJluCGg>



C. RELACIÓN CON EL CLIENTE:

Cual va a ser la forma en que el emprendedor retenga y genere altos niveles de consumo de parte de su cliente.

https://youtu.be/2V7K5_F6z5k



F. RED DE ASOCIADOS:

Aquellas alianzas estratégicas entre competidores, no competidores, proveedores y contratistas.

<https://youtu.be/WR6cYoFy2ho>



G. FLUJOS DE INGRESOS:

Cuantifica la relación que se tiene con el cliente en términos económicos, así:

- a. ¿Qué valor estarían dispuestos a pagar los clientes?
- b. ¿Cual es la forma de pago?
- c. ¿Como ingresa ese dinero?

<https://youtu.be/qyZSdQYuIVQ>



H. ESTRUCTURA DE COSTOS:

Descripción de los costos asociados con la propuesta de valor, así:

- a. ¿Cuales son los costos inherentes al modelo de negocio?
- b. Sistema de costos para el desarrollo de las actividades clave.
- c. Gerencia de costos.
- d. Inversión necesaria.

<https://youtu.be/z1WfjXnOvHY>



I. PROPUESTA DE VALOR:

Definir el valor creado para el cliente identificado, así:

- a. ¿Qué valor se ofrece al cliente?
- b. ¿Qué problema se soluciona?
- c. ¿Qué necesidad se satisface?
- d. ¿Qué productos o servicio se ofrece para ello?
- e. ¿Cual es la diferencia con la competencia?

https://youtu.be/Nltf1By4_Wo



6 FINANCIAMIENTO

El escalonamiento financiero de las empresas para su crecimiento, exige al emprendedor y a su asesor, identificar los mecanismos que bajo diferentes condiciones, son facilitados por las entidades públicas y privadas de carácter nacional e internacional, que promueven la creación de empresa mediante la canalización de recursos económicos a los emprendedores, es así como se debe identificar una fuente de negocio adecuada para fortalecer el crecimiento del emprendimiento.

- a. Fondo emprendar.
- b. Ventures.
- c. Fomipyme.
- d. Ángeles inversionistas.
- e. Fondos de capital de riesgo.



B. VENTURES:

La convocatoria posee tres tipologías de emprendimiento que tienen como objetivo financiar las iniciativas de los emprendedores para incrementar su capacidad de éxito. El concurso consta de cuatro fases y cuatro filtros de evaluación. Para postularse puede remitirse a www.ventures.com.co



A. FONDO EMPRENDER:

El objetivo del fondo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. Para conocer más remítase a: www.fondoemprender.com



C. INNPULSA COLOMBIA:

Tiene como objeto financiar programas, proyectos y actividades para el desarrollo empresarial y tecnológico de las Mipymes, aplicar instrumentos no financieros dirigidos al fomento y promoción de las Mipymes, mediante cofinanciación no reembolsable de programas, proyectos y actividades, y ser soporte de la política de desarrollo empresarial, productivo, comercial, tecnológico y de innovación.

Para conocer más remítase a: www.mincomercio.gov.co



D. ÁNGELES INVERSIONISTAS:

Los “Ángeles inversionistas” participan directamente en el capital propio de la empresa o dan préstamos a largo plazo, pero cumplen el mismo papel que un accionista. El “Ángel inversionista” es económicamente independiente y experimentado en la gestión empresarial, pone a disposición de la empresa en cuestión parte de su patrimonio personal, sus experiencias y con tautos empresariales. <https://youtu.be/b-ijLnJbCt4>



E. FONDOS DE CAPITAL DE RIESGO:

Los Fondos de Capital de Riesgo son empresas que sirven de intermediarios financieros entre inversionistas potenciales que buscan altos retornos e inversión a largo plazo con períodos limitados de tiempo, y nuevas empresas innovadoras que buscan financiación. <https://youtu.be/cI0i38B2lyY>



7 FORMALIZACIÓN

Si la idea de negocio del emprendedor ya está funcionando, el asesor de emprendimiento está en la labor de guiarlo para que la formalice, es decir, crear una empresa. La creación de empresa es importante para consolidar la capacidad productiva y propiciar una mayor dinámica económica, es decir, para satisfacer necesidades y deman-

das del mercado que no se encuentran atendidas eficientemente.

La formalización le permitirá al emprendedor participar de nuevas oportunidades de negocio, que requieren de una figura jurídica que de confianza y confiabilidad a los compradores, es por esto que el asesor debe apoyar

al emprendedor para analizar el momento adecuado para iniciar el proceso de formalización y generar la estructura jurídica para participar de convocatorias privadas y públicas y demostrar la capacidad financiera, organizacional y jurídica que se requiere para negocios de alta escala.



¿QUIÉNES PUEDEN CONSTITUIR EMPRESA? Una empresa puede ser constituida por cualquier persona natural o jurídica.



¿CÓMO SE CLASIFICAN LOS EMPRESARIOS?

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios, los empresarios se clasifican en individuales y sociales o societarios.

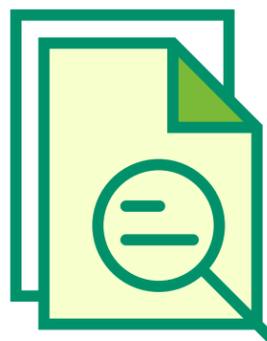


¿QUÉ ES EL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL (RUE)? Es la primera red nacional de Servicios Regístrales, que integra y centraliza el registro mercantil y el registro de proponentes que administran las Cámaras de Comercio. El registro único empresarial es el principal aliado estratégico del sector empresarial y del Gobierno Nacional, al ofrecer información y operaciones confiables y oportunas para la toma de decisiones comerciales y económicas. Para mayor información remítase a WWW.RUES.ORG.CO



¿CÓMO SE CLASIFICAN LAS EMPRESAS?

Desde un enfoque económico y teniendo como parámetros el capital y el número de trabajadores, podemos decir que las empresas se clasifican, según la Ley 590 de 2000 y la Ley 905 de 2004, en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.



¿CÓMO SE IDENTIFICAN LOS EMPRESARIOS Y LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO?

Los empresarios, ya sean individuales o sociales, se identifican con el número de la matrícula mercantil que les asigna la Cámara de Comercio y para efectos tributarios con el número de identificación tributaria - NIT.

RECUERDE: Dependiendo del tipo de empresa y el tipo de servicio o producto que ofrezca el emprendedor tendrá que realizar gestión ante entidades como:

Alcaldía de Pasto. www.pasto.gov.co

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. www.dian.gov.co

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. www.invima.gov.co

Cámara de Comercio de Pasto. www.ccpasto.org.co



8 FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL

Para esta etapa, el asesor debe buscar desarrollar en el emprendedor competencias empresariales que apoyen el crecimiento y la sostenibilidad de las unidades de negocio, es decir, el asesor debe encargarse de transferir y asegurar la aplicación de conocimientos teóricos y prácticos empresariales, basados en una propuesta cercana

a las necesidades de aprendizaje del emprendedor, para fortalecer sus actitudes empresariales y entregar insumos para que el pueda consolidar su empresa.

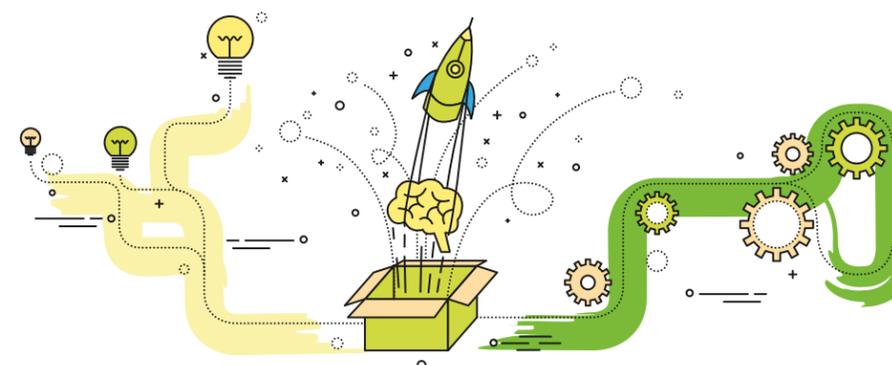
Para el desarrollo de esta etapa se encuentran en el Departamento de Nariño dos instituciones:

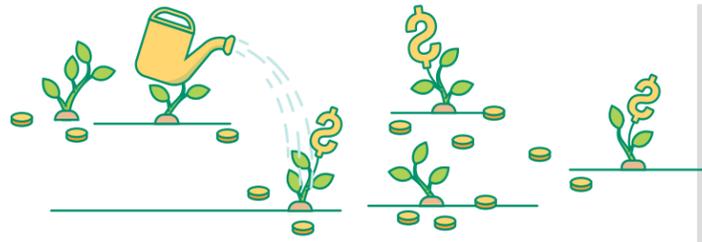
MiCITio www.mincit.gov.co

SENA www.sena.edu.co



Es importante que se motive al emprendedor a reconocer que parte de ese fortalecimiento o consolidación empresarial, se hace a través de lo que se denomina la incubación y coworking.





INCUBACIÓN:

Las incubadoras de empresas brindan servicios de asesoría especializada, capacitación e infraestructura administrativa a los y micro y pequeños empresarios, con una empresa novata, en forma compartida con la finalidad de consolidar el desarrollo de estas empresas.

COWORKING:

Es un espacio compartido para el desarrollo de una actividad innovadora destinado a emprendedores que inicien o hayan iniciado su proyecto empresarial, destinado a quienes necesitan una dirección de negocios o un domicilio legal, con el apoyo de una institución de prestigio, en ambiente empresarial y sin inversión inicial ni los gastos que acarrea una oficina permanente. Esta modalidad potencia el desarrollo y aprovechamiento de sinergias entre emprendedores y empresas de reciente creación.



 ParqueSoft | Pasto



Entidades del territorio que cuentan con los anteriormente mencionados espacios:

- a. **ParqueSoft Pasto.** <http://www.parquesoftpasto.com>
- b. **I.U. Cesmag.** www.iucesmag.edu.co



Publicación financiada y apoyada por:



“**El futuro**
pertenece a quienes
creen en **la BELLEZA**
de **SUS SUEÑOS**”

Eleanor Roosevelt.

