

Una de las principales preocupaciones y cuestionamientos del emprendedor es por dónde comenzar. Si ya te planteaste esta pregunta, seguramente hiciste un previo análisis o reflexión y lo anterior depende de tu personalidad (Say, 1852); (Knight, 1921); (Kirby, 2004: 510-519), donde te reconoces como agente de cambio (Vesper, 1982) o como un individuo con la capacidad de transformar los distintos ámbitos de tu vida (Liouville, 2002). Asimismo, es probable que ya hayas identificado una problemática o, incluso, considerado consultar literatura al respecto, buscar información en medios digitales o recurrir a entidades que puedan acompañarte para iniciar con paso firme tu emprendimiento. Las entidades del ecosistema emprendedor

sustentable. Si se conjugan por lo menos dos de estos elementos, existe una factibilidad tecnológica y, por ende, una estrategia viable para llevar a cabo de manera satisfactoria tu idea de negocio (Brown, 2009: 4). En ese sentido, resulta sumamente importante utilizar metodologías como Design Thinking, ya que tiene un enfoque centrado en la innovación, utiliza herramientas de diseño para integrar las necesidades de las personas, considera las posibilidades de la tecnología y los requerimientos para el éxito del negocio (Brown, 2008). La metodología se apoya de dos tipos de pensamiento productivo: divergencia y convergencia (Guilford, 1950), los cuales están encaminados a enfrentar y solventar problemas (Human Centric, 2019), consta de

### **El primer paso en un emprendimiento es considerar si la problemática identificada representa una inquietud personal, si está relacionada con la formación profesional del emprendedor y si responde a una inquietud colectiva desde el ámbito social...**

(Santander, 2014) utilizan metodologías que contemplan herramientas que ayudan a los emprendedores a dar ese primer paso o a continuar con mayor determinación el camino recorrido. Cabe mencionar que la Dirección de Incubación de Empresas Tecnológicas del Instituto Politécnico Nacional cuenta con expertos en diversas áreas de negocios que te acompañan en cualquier etapa de tu emprendimiento.

El tema que nos ocupa en el presente artículo es la generación de una idea de negocio. El primer paso en un emprendimiento es considerar si la problemática identificada representa una inquietud personal, si está relacionada con la formación profesional del emprendedor y si responde a una inquietud colectiva desde el ámbito social, económico y

cinco etapas y se apoya de herramientas, mapas y técnicas. Este modelo fue desarrollado por la Universidad de Harvard y es importante mencionar que existen otros modelos que han evolucionado a partir de éste, los cuales te invito a consultar.

La primera etapa del modelo es la exploración de la problemática, que consiste en recabar información documental y de campo. Esta metodología está centrada en valores humanos, por ello la empatía cobra relevancia puesto que permite un entendimiento del contexto, el usuario y la problemática real, en ese sentido, se emplean técnicas como Brainstorming –la más común–, el Storytelling –y su amplio campo de aplicación–, el Mapa de Empatía, Crazy 8´s, etc. Posteriormente, se da

paso a la definición del problema, etapa en la que todo cobra sentido y, haciendo uso del pensamiento convergente, se analiza, ordena y prioriza la información obtenida en el paso anterior para plantear el objetivo y dirección de tu idea de negocio (Brown, 2009: 194). Es importante señalar que en estas primeras dos etapas se debe tener en mente el hecho de discernir el problema antes que encontrar una solución, ya que la experiencia de trabajo con emprendedores muestra que, si se parte de la solución antes que analizar detenidamente la problemática y enfatizar la perspectiva del usuario, se sesga el proceso.

La siguiente etapa es la ideación de soluciones, donde el pensamiento divergente –que es el detonante de la creatividad– permite generar ideas, la cantidad es importante para dar paso a seleccionar aquellas que se consideran de calidad. Cabe mencionar que en esta etapa también podemos apoyarnos del Brainstorming, de la Votación usando post-its, del Método de las cuatro categorías, etc.

La penúltima etapa es el prototipado, que consiste en materializar las ideas mejor sustentadas. Se puede hacer uso de materiales diversos como plastilina, hojas de colores, cartulinas, capturas de pantalla, madera, etc. El concepto central es hacer un prototipo de manera rápida, con el menor riesgo y barato, puesto que no se trata de invertir demasiado tiempo en hacerlo perfecto porque al final deberá ponerse a prueba, es decir pasar al Testeo. En esta última etapa se recibirá la información del usuario que permitirá hacer las mejoras necesarias. Design Thinking es un proceso dinámico y no lineal, en el que puedes regresar a las etapas anteriores sin dejar de lado el pensamiento divergente y convergente, que está presente en cada etapa (Brown, 2008: 4-6).

Finalmente, si decides emprender o estás en ello, nunca pierdas el enfoque del usuario, la empatía como un valor humano en tu día a día, tanto en el ámbito personal como en el

profesional, tampoco dejes de observar tu entorno, te aseguro que siempre habrá algo que resolver, mejorar o descubrir.

**Mtra. Erika Jiménez Rojas,**  
Consultora de la Subdirección de Incubación.

### Referencias bibliográficas

Brown, T. (2008). Design Thinking. Harvard Business Review, 4-6.

Brown, T. (2009). Change by Design. How Design Thinking transforms Organizations and inspires Innovation. New York: HarperCollins.

Guilford, J. (1950). Creativity. American Psychologist, 444-454.

Human Centric. (24 de Octubre de 2019). Human Centric. Obtenido de <https://humancentric.es/pensamiento-divergente-y-convergente/>

Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? Education + Training, 510-519.

Knight, F. (1921). Enterprise and profit. In risk, uncertainty and profit. Chicago: University of Chicago.

Liouville, J. (2002). La Fonction d'Entrepreneur. Schumpeter Revisité. Bordeaux: Academie de l'Entrepreneuriat, Les actes du 2° congres.

Santander. (7 de Julio de 2014). Santander PyMes. Obtenido de <https://www.santanderpyme.com.mx/detalle-noticia/algunas-incubadoras-negocios-reconocidas-mexico.html>

Say, J. (1852). Premier Partie. Traité d'economie politique. Paris: Guillaumin et Cie.

Vesper, K. (1982). Expanding entrepreneurship research. Frontiers of Entrepreneurship.