

# GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN EMPRENDEDURISMO

El siguiente glosario fue creado por el Área de Apoyo a Mipymes D.G.D.E de la Intendencia de Canelones. En él se explican los significados de algunas expresiones, palabras o conceptos que se utilizan en el ámbito del emprendedurismo. El objetivo del glosario es facilitar la comprensión de textos vinculadas con la actividad previamente mencionada.

¿Qué es un **problema de mercado** en emprendedurismo?

El problema de mercado es aquello que un potencial cliente tiene deseo de consumir un producto en particular y no lo encuentra dentro de la oferta del mercado.

Un problema de mercado es una necesidad real a la que se enfrenta un consumidor y no encuentra una solución dentro de la oferta de servicios y productos del mercado. En ese caso, se entiende que un emprendimiento resuelve un problema de mercado cuando soluciona un problema concreto de la vida real. Cada producto o servicio que consumimos resolvió algún problema de mercado en algún momento de la historia. Podemos citar varios ejemplos: el producto CELULAR posibilitó la comunicación entre individuos de manera remota, sin cableado y desde cualquier lugar. Un ejemplo de solución de problema de mercado en servicios puede ser la HOTELERÍA. Los hoteles resuelven el problema al cual se enfrenta una persona que necesita viajar a otro lugar fuera de su residencia y no tiene donde dormir. Allí aparece el HOTEL como un servicio que da una solución para pernoctar a un viajero fuera de su lugar de residencia.

Un ejemplo menos complejo de que una solución a un problema de mercado podría ser instalar una verdulería en un barrio que no tiene este tipo de comercio y que obliga a sus residentes a hacer grandes traslados para conseguir esos productos.

Estos son sólo ejemplos de lo que significa resolver un problema de mercado. Desde esa perspectiva, los problemas de mercado pueden ser infinitos porque se tratan de problemas sociales que se generan cotidianamente; desde los más simples hasta los más complejos. Cuando iniciamos un emprendimiento debemos pensar qué problema estamos solucionando con nuestro producto o servicio, y si esas personas que se ven "afectadas" por el problema están dispuestas a pagar por la solución. Sólo en ese caso el emprendimiento será viable y sostenible.

¿Qué es el **valor diferencial**?

El término “valor diferencial” está relacionado con la competencia y la propuesta de valor de tu empresa o proyecto. Es aquello que distingue tu marca, tus productos y servicios de lo que ya existe en el mercado. Ese valor diferencial forma parte de la estrategia competitiva de tu emprendimiento.

¿Qué significa **validar** en emprendedurismo?

La validación de una idea de negocio se divide en dos componentes: **validación técnica** y **validación comercial**.

La **validación técnica** implica realizar las actividades que permitan demostrar que es posible desarrollar la solución en cuestión, desarrollando un mínimo producto viable (MVP). Es necesario que en la solución exista un grado de incertidumbre técnico o tecnológico. Para llegar a ese MVP, será necesario trabajar sobre cada versión de nuestro producto o servicio para llegar al mejor posible.

Por ejemplo: si queremos crear un nuevo diseño de mueble, primero deberemos construir uno que sirva de uso interno que sea una primera versión donde podamos probarlo y resolver posibles fallas antes de salir con nuestro producto al mercado. Esa validación técnica nos dará información sobre qué tipo de garantías les vamos a dar a nuestros clientes, cuáles serán los diferenciales de nuestro producto, y sobre todo, evitaremos fallas que devaluarían nuestra marca.

La **validación comercial** de negocio implica testear la idea para entender qué tanto interés puede haber en el mercado por nuestra propuesta. De esta manera -y con diferentes técnicas- podremos saber si la demanda real del producto o servicio es suficiente para sostener nuestro emprendimiento. Este ejercicio debe responder al menos tres preguntas clave:

- ¿La gente comprará mi producto o servicio?
- ¿Cuánto están dispuestos a pagar por lo que vendo?
- ¿La demanda será suficiente como para sostener el emprendimiento?

¿Qué es el **benchmarking** y cuál es su importancia?

El benchmarking (en español, punto de referencia) consiste en un estudio profundizado sobre tus competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos. Este análisis permite que tu empresa reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer al público a tu emprendimiento. Concretamente, consiste en analizar los errores y aciertos de otras empresas del mismo segmento para extraer ideas aplicables a la realidad de tu emprendimiento u organización. La idea principal es tomar las prácticas más destacables de

otras empresas y adaptarlas a tu ámbito de trabajo para mejorar tus productos o servicios y diferenciarte de ellas.

### ¿Qué es el **modelo de ingresos**?

Un modelo de ingresos explica cómo nuestro emprendimiento cobrará a los clientes por nuestros productos o servicios para generar ingresos. En los modelos de ingresos se prioriza la manera más eficiente de ganar dinero en función de lo que ofrecemos y quién paga por ese producto o servicio.

Los ingresos pueden generarse de múltiples maneras. Pueden incluir pagos periódicos (por ejemplo una suscripción), un pago único por la venta del producto/servicio que ofrecemos; y otras opciones menos comunes como las donaciones, la publicidad, entre otras.

### ¿Qué es el **mercado objetivo**?

El mercado objetivo se refiere a un grupo específico de consumidores o empresas a los que una empresa o negocio dirige sus productos, servicios y estrategias de marketing. Es el conjunto de personas u organizaciones que tienen características, necesidades y preferencias similares y además representan una parte de la población al que la empresa desea enfocar sus esfuerzos.

El mercado objetivo es fundamental para el desarrollo de cualquier empresa/emprendimiento, ya que determina a quién se dirige el mensaje de marketing, qué productos o servicios se desarrollarán y cómo se diseñarán las estrategias de ventas y promoción. Identificar un mercado objetivo adecuado permite a las empresas concentrar sus recursos y esfuerzos para satisfacer de manera más eficiente las demandas y deseos de ese grupo particular de clientes potenciales.

Para definir el mercado objetivo, las empresas/emprendimientos suelen realizar investigaciones de mercado y análisis de datos para obtener información sobre las características demográficas, socioeconómicas y comportamentales de los posibles clientes. Estas características pueden incluir edad, género, ubicación geográfica, ingresos, intereses, valores, comportamientos de compra y otras variables destacadas que ayuden a entender mejor a esa audiencia objetivo.

### ¿Qué es la **segmentación de mercado**?

La segmentación de mercado es un proceso de marketing en el que una empresa divide un amplio mercado en grupos más pequeños para integrantes con semejanzas o ciertas características en común.

### ¿Qué es un **nicho de mercado**?

Un nicho de mercado es una porción de un segmento de mercado, que está compuesta por un

grupo reducido (ya sea de personas o empresas) que posee ciertas características y necesidades comunes.

¿Quién es un **consumidor potencial o cliente potencial**?

Un cliente potencial es aquella persona que se podría convertir en comprador o consumidor de los productos que ofrece una empresa.

¿Qué es el **cliente ideal** en emprendedurismo?

El cliente ideal es aquel que, a través de los servicios o productos ofrecidos por tu emprendimiento puede solucionar sus necesidades. Cabe aclarar que el cliente ideal puede ser una persona natural o jurídica (otra empresa u organización).

¿Qué es el **socio estratégico**?

Un socio estratégico puede ser una persona, entidad o empresa que realiza una alianza con otra, teniendo como objetivo obtener resultados de crecimiento mutuo. Para esto ambas partes deben beneficiarse con el resultado final. De ese modo, los socios también comparten riesgos, responsabilidades, recursos, competencias y beneficios resultantes. Las estrategias implementadas durante la alianza tienden a ser de mediano o largo plazo.

¿Qué es el **triple impacto** en el emprendedurismo?

El eje de la estrategia de este tipo de emprendimientos ya no pasa sólo por la búsqueda de rentabilidad, sino por un desarrollo donde el rédito se genere sin comprometer los recursos sociales, económicos y ambientales. Es un modelo basado en 3 dimensiones: económica; mirada social e impacto ambiental.

¿Qué es la **curva de aprendizaje** en emprendedurismo?

La curva de aprendizaje es un gráfico que describe el éxito de un aprendizaje en un lapso de tiempo determinado. Es una herramienta aplicable tanto al aprendizaje individual como organizacional. El concepto fue ideado por el psicólogo y filósofo alemán Hermann Ebbinghaus en 1885 para demostrar que parte de los conocimientos que adquirimos los perdemos rápidamente si no los consolidamos con la práctica. Habitualmente se cometen muchos errores cuando comenzamos con una nueva tarea, con el paso del tiempo y la práctica reiterada los errores se reducen. En definitiva, la experiencia y la práctica incrementa el "saber hacer" aprovechando la base de conocimientos científicos y técnicos acumulados por una persona u organización.

¿Qué es el **escalamiento productivo**?

El escalamiento productivo se refiere a la capacidad de una empresa, emprendimiento o

industria para aumentar la producción de bienes o servicios de manera eficiente y sostenible en el tiempo. En términos generales, se trata de lograr un crecimiento en la producción sin aumentar proporcionalmente los costos, lo que puede resultar en una mayor rentabilidad y competitividad en el mercado.

El escalamiento productivo habitualmente es y un objetivo común para muchas empresas, emprendimientos o industrias, ya que les permite aprovechar nuevas oportunidades de mercado, aumentar sus ingresos y fortalecer su competitividad. Sin embargo, es esencial llevar a cabo una planificación cuidadosa y una gestión efectiva para asegurarse de que el crecimiento sea sostenible y beneficioso para la empresa a largo plazo.

¿Qué es **pivotar** en emprendedurismo?

Pivotar implica cambiar la estrategia de negocio cuando algo no funciona bien y no se están obteniendo los rendimientos que se esperaban. En ese caso es necesario enfocarse en rediseñar y ajustar el plan de negocio a la idea que se tenía originalmente. En otras palabras, es una adaptación estratégica que busca mejorar las posibilidades de éxito del emprendimiento. Un ejemplo de pivotar podría ser una startup tecnológica que inicialmente desarrolla una aplicación para restaurantes, pero después de observar que la demanda no es lo suficientemente alta, decide redirigir y centrarse en proporcionar un software de administración para bares y discotecas, manteniendo su experiencia en el sector de la hostelería pero cambiando su enfoque para abordar un mercado diferente.

Entender cuál es el mejor momento para pivotar no es fácil, ya que implica reconocer que no está funcionando bien nuestro plan original. De todas maneras, la clave del éxito está en realizarlo en el momento apropiado.