

MÓDULO 1

Mentalidad emprendedora: empodérate y emprende

Una guía práctica para transformar tus capacidades y
tus ideas en un proyecto con dirección.



Índice de contenidos

01	Antes de empezar: emprender también es conocerte	<u>03</u>
02	Rompiendo barreras: los bloqueos más frecuentes	<u>04</u>
03	¿Qué puedes aportar tú? Identifica tus fortalezas y talentos	<u>05</u>
04	De tus fortalezas a una idea de negocio	<u>07</u>
05	Mira a tu alrededor: ¿qué necesita tu entorno?	<u>09</u>
06	Dale forma a tu idea	<u>11</u>
07	¿Es una idea realista?	<u>14</u>
08	Traza tu camino: de la idea a la acción	<u>17</u>
09	Tu hoja de ruta emprendedora	<u>19</u>
10	Esto es solo el principio	<u>21</u>



ANTES DE EMPEZAR: EMPRENDER TAMBIÉN ES CONOCERTE

Cuando pensamos en emprendimiento es fácil empezar mirando hacia fuera: qué negocios funcionan, qué está de moda, qué hacen otras personas o qué productos se venden.

Sin embargo, **un proyecto también tiene que encajar contigo.**

Tus conocimientos, experiencias, intereses, valores y circunstancias influyen en el tipo de negocio que puedes y quieres construir. Una misma oportunidad puede ser adecuada para una persona y no tener sentido para otra.

Por eso, antes de preguntarte “¿qué negocio podría montar?”, puede ser mucho más útil hacerte otras preguntas:



**¿Qué quiero conseguir? ¿Qué tipo de trabajo quiero construir?
¿Qué es importante para mí?**

Quizá busques convertir una habilidad en tu profesión, generar tus propios ingresos, tener una mayor autonomía, desarrollar una idea que llevas tiempo imaginando o crear una actividad compatible con tus circunstancias.

Entender por qué quieres emprender te ayudará posteriormente a tomar decisiones coherentes.

PARA EMPEZAR

Completa estas frases sin buscar una respuesta perfecta:

Me gustaría emprender porque...

Con mi proyecto me gustaría conseguir...

Hay algo que para mí sería importante no perder por el camino:

ROMPIENDO BARRERAS: LOS BLOQUEOS MÁS FRECUENTES

Numerosas mujeres afirman haber considerado emprender alguna vez, pero **muchas no llegan a dar el paso por diferentes motivos**. Entre los más habituales encontramos:

El miedo al fracaso

Es probablemente el obstáculo más común. Existe la creencia de que equivocarse significa no ser válida o haber tomado una mala decisión. Sin embargo, emprender implica experimentar, aprender y mejorar continuamente.

Fracasar en una acción concreta no significa fracasar como persona.

El síndrome de la impostora

Consiste en pensar que no se tienen los conocimientos suficientes o que otras personas están más preparadas.

Algunas **señales** son:

- Sentir que nunca es el momento adecuado para empezar.
- Restar importancia a los propios logros.
- Compararse constantemente con otras personas.
- Pensar que el éxito se debe a la suerte.

La realidad es que **ninguna persona emprendedora conoce todas las respuestas** cuando empieza.

El miedo al juicio externo

La opinión de otras personas puede generar inseguridad.

Recuerda que quienes opinan sobre tu proyecto no siempre conocen tus circunstancias, tus objetivos ni el esfuerzo que realizas.

■ ¿QUÉ PUEDES APORTAR TÚ?

Una de las primeras preguntas que puedes hacerte es: **¿qué tengo yo que pueda aportar valor a otras personas?**

Y la respuesta no se encuentra únicamente en tus estudios. Todo lo que has aprendido a lo largo de tu vida puede formar parte de tu punto de partida: **experiencia profesional, conocimientos adquiridos de manera informal, aficiones, habilidades prácticas, capacidad para relacionarte con otras personas o incluso situaciones** que has aprendido a resolver por experiencia propia.

Para identificarlo, puedes observar **cuatro áreas**.

TUS CONOCIMIENTOS

¿Qué sabes? Piensa en aquello sobre lo que tienes conocimientos por tus estudios, tu trabajo o tu propia experiencia.

TUS HABILIDADES

¿Qué sabes hacer? Quizá tengas facilidad para organizar, comunicar, vender, enseñar, cocinar, diseñar, reparar, cuidar, negociar, planificar o utilizar determinadas herramientas.

TUS INTERESES

¿Qué te gusta hacer o sobre qué te gustaría seguir aprendiendo? Un interés por sí solo no constituye un negocio, pero puede indicarte ámbitos en los que te resulte más natural desarrollar un proyecto.

LO QUE OTRAS PERSONAS RECONOCEN EN TI

A veces nos cuesta identificar nuestras propias fortalezas porque estamos acostumbradas a ellas. Pregúntate: ¿para qué suelen pedirme ayuda? ¿Qué me dicen otras personas que hago bien?

EJERCICIO • TU MAPA DE FORTALEZAS

Tengo conocimientos sobre:

Sé hacer especialmente bien:

Me interesa:

Otras personas valoran de mí:

Cuando termines, busca coincidencias. Puede que empiecen a aparecer algunas pistas sobre aquello que podrías aportar.

DE TUS FORTALEZAS A UNA IDEA DE NEGOCIO

Ya sabes un poco más sobre aquello que puedes aportar. El siguiente paso consiste en preguntarte:

¿Cómo podría ser útil para otras personas lo que yo sé o sé hacer?

Aquí empezamos a pasar de una capacidad personal a una posible oportunidad de negocio.

Y es importante comprender algo: **una misma habilidad puede dar lugar a proyectos completamente diferentes.**

Imagina que se te da especialmente bien la fotografía. Podrías realizar fotografías para eventos, especializarte en fotografía de producto para pequeños negocios, hacer sesiones familiares, crear contenido visual para redes sociales o incluso impartir formación básica.

La habilidad de partida es la misma —la fotografía—, pero cambian las personas a las que te diriges, la necesidad que solucionas y aquello que finalmente ofreces.

Por eso, en esta fase no conviene quedarse necesariamente con la primera idea que aparezca.

Primero explora. Después podrás seleccionar.

Pregúntate quién podría necesitar aquello que sabes hacer, para qué podría utilizarlo y de cuántas formas diferentes podrías convertirlo en un producto o servicio.

UN EJEMPLO

A **Marta** siempre se le ha dado bien coser. Ha aprendido durante años, realiza arreglos para familiares y amigas y conoce diferentes técnicas. Su fortaleza está bastante clara:

Sé hacer: coser y realizar arreglos de ropa. Pero eso todavía no determina qué negocio debería crear. Marta empieza a explorar posibilidades.

IDEA 1

Ofrecer un servicio local de arreglos y adaptación de prendas.

IDEA 2

Crear accesorios textiles personalizados y venderlos online.

IDEA 3

Impartir pequeños talleres de iniciación a la costura.

IDEA 4

Especializarme en la reparación y transformación de prendas para alargar su vida útil.

Todas las posibilidades parten prácticamente de la misma capacidad, pero **responden a necesidades diferentes y pueden dirigirse a públicos distintos.** Marta todavía no tiene que decidir. Primero puede investigar cuáles tienen más sentido para ella y cuáles podrían responder mejor a una necesidad real.

AHORA TE TOCA A TI

Algo que sé o sé hacer bien:

¿A quién podría resultarle útil?

¿Para qué podría necesitarlo?

Ahora piensa en diferentes maneras de convertir esa capacidad en algo que puedas ofrecer.

IDEA 1

IDEA 2

IDEA 3

¿Hay alguna que te interese especialmente?

Mi idea favorita por ahora es:



**Una fortaleza no tiene por qué llevarte a una única idea.
Explora diferentes posibilidades antes de elegir.**

MIRA A TU ALREDEDOR: ¿QUÉ NECESITA TU ENTORNO?

Hasta ahora hemos partido principalmente de ti. Pero para construir una idea de negocio necesitamos incorporar otra mirada: **la de las personas a las que queremos dirigirnos.**

Podemos tener una habilidad fantástica y una idea que nos entusiasme, pero necesitamos saber si responde a **una necesidad, un problema o un deseo real.**

Y detectar una necesidad no significa necesariamente descubrir un gran problema que nadie haya solucionado antes.

Muchas oportunidades aparecen en situaciones cotidianas: algo que resulta complicado, un servicio difícil de encontrar, una tarea que consume demasiado tiempo, una experiencia que podría ser mejor o una solución que existe pero que no responde adecuadamente a las necesidades de determinadas personas.

Por eso, **observar y escuchar** son dos herramientas muy importantes cuando estás dando forma a una idea.

Presta atención a las preguntas que se repiten en tu entorno. Observa qué dificultades aparecen. Piensa en aquello de lo que se quejan las personas, en lo que les cuesta encontrar o en aquello para lo que recurren continuamente a otras personas.

Después pregúntate si alguna de tus capacidades podría ayudar.

UN EJEMPLO

Ana tiene conocimientos de **comunicación y herramientas digitales**. Vive en una localidad pequeña y empieza a observar algo que se repite entre algunos negocios de su entorno.

Hay comercios que ofrecen buenos productos y servicios, pero apenas tienen presencia digital. Algunos tienen redes sociales que llevan meses sin actualizar y otros apenas aparecen cuando alguien los busca en Internet.

Ana empieza a analizarlo.

¿Qué problema he observado?

Algunos pequeños negocios tienen dificultades para mantener una presencia digital actualizada.

¿A quién afecta?

A pequeños comercios y profesionales autónomos de la zona.

¿Por qué ocurre?

En algunos casos no saben cómo hacerlo y, en otros, simplemente no tienen tiempo.

¿Cómo podría ayudar yo?

Podría ofrecer un servicio sencillo de apoyo para organizar y actualizar su presencia digital.

Ana ha hecho algo importante. No ha empezado pensando únicamente “¿qué puedo vender?”, sino: “¿Qué necesidad puedo ayudar a resolver con aquello que sé hacer?”

AHORA TE TOCA A TI

Piensa en la idea que seleccionaste anteriormente.

¿Qué problema o necesidad podría resolver?

¿Quién tiene ese problema o necesidad?

¿Cómo lo soluciona actualmente?

¿Qué podría hacerse mejor o de manera diferente?

¿Cómo podría ayudar yo?

DALE FORMA A TU IDEA

Llegadas a este punto ya tenemos varias piezas importantes:

Lo que sabes hacer + una posible necesidad + las personas a las que podrías ayudar.

Ahora **toca empezar a ordenarlas**. Una idea de negocio debería poder explicarse de una manera relativamente sencilla. No necesitas encontrar todavía un nombre comercial, un eslogan o una presentación perfecta.

Lo importante es que una persona que no conozca tu proyecto pueda entender **qué quieres ofrecer, a quién y para qué**.

1. ¿A quién quieres dirigirte?

No necesitas dirigirte a todo el mundo. Las personas tienen necesidades, prioridades y circunstancias diferentes. Cuanto mejor entiendas a quién quieres ayudar, más fácil será desarrollar una propuesta adaptada.

2. ¿Qué necesidad quieres resolver?

Intenta no pensar únicamente en aquello que quieres vender. Pregúntate por qué alguien necesitaría comprarlo o contratarlo.

3. ¿Qué vas a ofrecer?

Aquí aparece tu producto o servicio: la manera concreta mediante la que vas a responder a esa necesidad.

Podemos reunir las tres respuestas en una estructura muy sencilla:

Quiero ayudar a [X PERSONAS] a [RESOLVER O CONSEGUIR ALGO]
ofreciéndoles [PRODUCTO O SERVICIO].

UN EJEMPLO

Lucía cocina muy bien y quiere explorar la posibilidad de emprender. Al principio define su idea así:

✗ Quiero montar un negocio de comida.

Es un comienzo, pero todavía sabemos muy poco. ¿Para quién? ¿Qué tipo de comida? ¿Qué necesidad pretende cubrir?

Después de observar su entorno, Lucía detecta que muchas personas que trabajan tienen dificultades para organizar sus comidas durante la semana.

Reformula su propuesta:

✓ Quiero ayudar a personas que trabajan y tienen poco tiempo para cocinar a organizar sus comidas semanales ofreciéndoles menús caseros preparados por encargo.

Ahora aparecen claramente tres elementos:

PÚBLICO

Personas que trabajan y tienen poco tiempo para cocinar.

NECESIDAD

Disponer de comidas preparadas sin tener que cocinar diariamente.

SOLUCIÓN

Menús caseros preparados por encargo.

La idea todavía podrá evolucionar, pero ya resulta mucho más fácil de entender y analizar.

AHORA TE TOCA A TI

Quiero ayudar a:

Que necesitan/quieren:

Voy a ofrecerles:

¿Y qué quieres que caracterice tu proyecto?

Diferenciarse no significa necesariamente inventar algo que nunca haya existido.

Tu diferencia puede encontrarse en cómo prestas el servicio, tu especialización, las personas a las que te diriges, la atención, la personalización o los valores de tu proyecto.

Quiero que mi proyecto se caracterice por:

■ ¿ES UNA IDEA REALISTA?

Tu idea empieza a tomar forma. Ahora llega una parte fundamental: comprobarla.

Cuando una idea nos entusiasma, es fácil dar por hecho algunas cosas que todavía no sabemos.

Podemos pensar que un producto interesará porque a nosotras nos gusta, asumir que sabemos qué necesita nuestro público sin haber hablado con él o empezar a invertir dinero antes de conocer suficientemente el mercado.

Por eso, antes de realizar grandes inversiones o tomar decisiones difíciles de cambiar, conviene investigar y contrastar nuestras suposiciones.

No se trata de demostrar que tu idea es perfecta. Se trata de descubrir qué sabes, qué estás suponiendo y qué necesitas comprobar.

¿Existe realmente esa necesidad?

Habla con personas que puedan formar parte de tu público. Pregúntales qué dificultades tienen, cómo las soluciona actualmente y qué valoran de las soluciones que utilizan. Busca toda la información y la documentación que encuentres que pueda darte esos datos que puedan justificar si esa necesidad existe o no.

Escucha antes de intentar convencerlas de tu idea.

¿Qué alternativas existen?

Investiga otras empresas o profesionales que ofrezcan productos o servicios similares.

Tener competencia no significa automáticamente que tu proyecto no pueda funcionar. De hecho, puede indicar que ya existe una necesidad por la que algunas personas están dispuestas a pagar.

Lo importante será comprender qué ofrecen, a quién se dirigen y dónde puede encajar tu propuesta.

¿Qué necesitas para empezar?

Haz una primera lista de recursos: herramientas, materiales, espacio, tecnología, conocimientos, tiempo, transporte, permisos o inversión. Todavía no necesitas calcular todo al detalle. En esta primera fase buscamos comprender mejor qué implicaría convertir la idea en realidad.

¿Qué tienes y qué te falta?

Es posible que ya dispongas de muchos recursos. Otros tendrás que conseguirlos, aprenderlos o buscar apoyo para cubrirlos. Identificarlos te permitirá tomar decisiones más realistas.

UN EJEMPLO

Sara quiere crear productos artesanales personalizados y venderlos por Internet. Está ilusionada con la idea y su primera intención es comprar materiales, crear una marca y preparar inmediatamente una tienda online.

Pero antes decide comprobar algunas cosas.

¿Hay personas interesadas?

Habla con posibles clientes y les enseña algunos ejemplos.

¿Existen productos similares?

Busca otras marcas y analiza qué venden, cómo presentan sus productos y qué características ofrecen.

¿Qué necesita para empezar?

Materiales, herramientas, embalaje, un espacio para trabajar y un canal para gestionar los pedidos.

¿Cuánto tiempo necesita?

Realiza algunas pruebas y mide cuánto tarda realmente en elaborar cada producto.

Durante este proceso descubre algo que no esperaba: uno de los productos que inicialmente consideraba secundario despierta más interés que el que ella imaginaba como producto principal.

¿Significa que su idea ha fracasado?

No. Ha conseguido información para mejorarla antes de realizar una inversión mayor.

HAZ UN PRIMER CHEQUEO

- ☐ Sé a quién quiero dirigirme.
- ☐ He identificado una necesidad concreta.
- ☐ Puedo explicar qué quiero ofrecer.
- ☐ He investigado algunas alternativas similares.
- ☐ Sé qué recursos básicos necesitaría.
- ☐ Sé qué conocimientos tengo y cuáles necesito adquirir.
- ☐ He pensado cómo podría comprobar si mi propuesta interesa.

¿Hay casillas sin marcar?

Perfecto. Acabas de identificar algunos de los aspectos que necesitas investigar antes de seguir avanzando.



Comprobar una idea no consiste en intentar demostrar que tienes razón. Consiste en aprender lo necesario para tomar mejores decisiones.

TRAZA TU CAMINO: DE LA IDEA A LA ACCIÓN

Una idea empieza a convertirse en proyecto cuando somos capaces de traducirla en acciones concretas. Imagina que escribes como objetivo:

“Quiero montar mi negocio.”

Sabes hacia dónde quieres ir, pero todavía existe un problema:

¿Qué haces mañana para conseguirlo?

Los objetivos demasiado amplios pueden resultar difíciles de abordar porque contienen muchas tareas diferentes.

La solución es dividirlos en pequeños pasos que sí puedas realizar.

UN EJEMPLO

Nerea quiere ofrecer servicios de fotografía de producto para pequeños negocios.

Al principio escribe:

- ✗ Montar mi negocio.
- ✗ Conseguir clientes.
- ✗ Empezar a trabajar.

Son objetivos válidos, pero demasiado amplios para saber qué hacer a continuación. Así que los transforma en acciones.

HOY: Buscar cinco pequeños negocios y analizar cómo utilizan actualmente las fotografías de sus productos.

ESTA SEMANA: Hablar con dos posibles clientes para conocer sus necesidades y preparar algunos ejemplos de su trabajo.

ESTE MES: Definir un primer servicio, investigar precios y recursos necesarios e informarse sobre los pasos que tendría que realizar para iniciar su actividad. El objetivo de Nerea no ha cambiado. Lo que ha cambiado es que ahora sabe qué puede hacer para empezar a acercarse a él.

AHORA TE TOCA A TI

Mi objetivo ahora mismo es:

Una acción concreta que puedo realizar hoy:

Algo que puedo investigar esta semana:

Una persona con la que podría hablar:

Un paso que quiero haber dado este mes:



**No necesitas tener resuelto todo el camino para comenzar.
Necesitas identificar cuál puede ser tu siguiente paso.**

TU HOJA DE RUTA EMPRENDEDORA

Has llegado al final de esta primera guía y probablemente todavía tengas preguntas.

Eso no significa que no hayas avanzado.

Al principio, el objetivo no es tener absolutamente todo decidido, sino conseguir que tus ideas y tus preguntas sean cada vez más concretas. Quizá empezaste pensando simplemente:

“Me gustaría emprender.”

Y ahora ya puedes identificar qué sabes hacer, qué fortalezas tienes, a quién podrías ayudar, qué necesidad has observado, qué podrías ofrecer y qué aspectos necesitas investigar.

Has empezado a convertir una posibilidad en un punto de partida sobre el que seguir trabajando.

Ahora vamos a reunirlo todo.

UN EJEMPLO

Elena tiene experiencia en administración y quiere explorar la posibilidad de trabajar por cuenta propia. Después de realizar los ejercicios anteriores, su hoja de ruta podría ser así:

MI MOTIVACIÓN

Quiero aprovechar mi experiencia profesional para desarrollar una actividad propia y tener mayor autonomía.

MIS FORTALEZAS

Organización, gestión documental, facturación, herramientas ofimáticas y atención al cliente.

MI PÚBLICO

Pequeños negocios y profesionales autónomos que necesitan apoyo administrativo.

LA NECESIDAD QUE HE DETECTADO

Algunos profesionales dedican muchas horas a tareas administrativas y tienen dificultades para organizar facturas, documentos y otras gestiones mientras atienden su actividad principal.

MI PROPUESTA

Ofrecer un servicio de apoyo administrativo adaptado a pequeños negocios y profesionales.

MIS VALORES

Cercanía, organización, confidencialidad y claridad.

MI IDEA EN UNA FRASE

Quiero ayudar a pequeños negocios y profesionales autónomos a dedicar menos tiempo a determinadas tareas administrativas ofreciéndoles un servicio de apoyo y organización adaptado a sus necesidades.

LO QUE NECESITO COMPROBAR

1. Qué tareas administrativas necesitan externalizar con mayor frecuencia.
2. Qué servicios similares existen y cómo funcionan.
3. Qué herramientas, requisitos y costes necesitaría para empezar.

MIS PRÓXIMOS TRES PASOS

01. Hablar con tres profesionales autónomos para conocer sus principales dificultades administrativas.
02. Investigar servicios similares y comparar qué ofrecen.
03. Definir una primera propuesta de servicios que pueda enseñar a potenciales clientes.

Este es solo el comienzo

Emprender es un proceso que se construye poco a poco. A lo largo de esta guía has empezado a identificar tus fortalezas, observar las necesidades de tu entorno y transformar tus primeras ideas en una propuesta más concreta y realista. Puede que todavía tengas preguntas o aspectos por definir, y es normal: no necesitas tener todo resuelto para empezar a avanzar.

Tu proyecto irá tomando forma a medida que investigues, pruebes, escuches a las personas a las que quieres dirigirte y aprendas de cada paso. Algunas ideas cambiarán, otras se harán más fuertes y aparecerán nuevas oportunidades por el camino. Lo importante es que ahora cuentas con una base desde la que seguir construyendo y, sobre todo, con una idea más clara de qué quieres hacer, qué puedes aportar y cuál puede ser tu siguiente paso.

¿Seguimos avanzando?

Tienes disponibles en nuestra web

<https://autonomasporlaigualdad.org/digitalizacion-emprendimiento-femenino/>

otros **dos módulos** para seguir avanzando en tu proyecto:

Módulo 2 · La digitalización como herramienta para emprender

Descubre cómo utilizar herramientas digitales para construir tu presencia online, organizar mejor tu actividad y comunicar tu proyecto de forma profesional y accesible.

Módulo 3 · Gestión administrativa y económica segura, sostenible y transparente

Conoce las bases para gestionar económicamente tu actividad, establecer precios y afrontar con mayor seguridad la gestión de tu negocio. Sigue aprendiendo a tu ritmo y construye tu proyecto paso a paso.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE DERECHOS SOCIALES
Y AGENDA 2030

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DERECHOS SOCIALES



AUTÓNOMAS
la igualdad