



TALLER DEL EMPRENDEDOR

ING. KARINA MARICRUZ PÉREZ GUILLÉN



TALLER DEL EMPRENDEDOR

ING. KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN



CRITERIOS DE EVALUACION:

Trabajos	20%	}	Cuadro sinóptico
Actividades	30%		Super nota
Examen	50%		Mapa conceptual
			Ensayo, Foros

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Foros 30% Con valor de 5%
- Actividades 40%
 - Ensayo 10%
 - Mapa conceptual 5%
 - Cuadro sinóptico 5%
 - Súper nota 5%
 - Cuadro sinóptico 5%
 - Mapa conceptual 10%
- Examen 30%



ESCHERICHIA COLI

¿QUÉ ES?

bacteria que se encuentra normalmente en el intestino del ser humano y de los animales de sangre caliente.



¿QUIÉNES SON LOS PATÓGENOS?



E. coli enterohemorrágico, E. coli enteroinvasivo, el E. coli enterotoxigénico y el E. coli enteropatógeno los cuales pueden causar desde una simple diarrea hasta la complicación de cada uno de estos patógenos.

SÍNTOMAS

Diarrea constante; Heces con sangre; Dolor abdominal o cólicos frecuentes; Náuseas y vómitos; Malestar general y cansancio; Fiebre por debajo de los 38°C y Pérdida de apetito son las más comunes.



DIAGNÓSTICO



Los cultivos se realizan en muestras de sangre, heces y otros materiales clínicos. Si se sospecha la presencia de una cepa enterohemorrágica, debe notificarse al laboratorio, ya que se requieren medios de cultivos especiales.

TRATAMIENTO

El tratamiento de las infecciones por E. coli debe iniciarse en forma empírica según el sitio y la gravedad de la infección y luego modificarse de acuerdo con el antibiograma.

Muchas cepas son resistentes a ampicilina y tetraciclinas, por lo que deben usarse otros fármacos; entre ellos, cefalosporinas, carbapenémicos, fosfomicina, nitrofurantoina, aminoglucósidos, trimetoprim/sulfametoxazol (TMP/SMX) y fluoroquinolonas.

Antibiótico	Sensibilidad
Fenoximetilpenicilina	<0.4
Cefixima	<1
Cefuroxima	<8
Nitrofurantoina	<32
Amoxicilina-clavulánico	<0.4
Ciprofloxacino	<1
Norfloxacino	<4
Cotrimoxazol	<2/38
Ampicilina	<8



OBJETIVO

Fomentar en el estudiante una actitud empresarial, mediante conocimientos necesarios con perfiles de liderazgo, éticos y sensibles que le permitan desarrollar la potencialidad de los recursos del país a través de la creación de una empresa o el desempeño como un profesional independiente, considerando su compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

- 1.1 Espíritu emprendedor
- 1.2 Características del emprendedor
- 1.3 Tipos de emprendedores
- 1.4 Evaluación de la capacidad de emprender
- 1.5 Creatividad y términos afines
- 1.6 El proceso de la creatividad
- 1.7 Tipos de creatividad
- 1.8 Equipo de trabajo
- 1.9 Características de los equipos efectivos de trabajo

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1 Propuesta de valor

2.2 Generación de ideas

2.3 Modelo de negocio

2.4 Características de los modelos de negocios

2.5 Elementos de los modelos de negocios

2.6 Naturaleza del proyecto

2.7 Justificación de la empresa

2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

2.9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa



UNIDAD III

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 El mercado

3.2 Objetivos del Marketing

3.3 Investigación del mercado

3.4 Estudio del mercado

3.5 Las 4 P's

3.6 Producción

3.7 Elementos de producción

3.8 Organización

3.9 Elementos de organización

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1 Plan de trabajo

4.2 Marketing

4.3 Producción

4.4 Organización

4.5 Costos y gastos

4.6 Resumen ejecutivo

4.7 Contenido del resumen ejecutivo

4.8 Modelo de negocio

¿Qué es emprendimiento?

EMPRENDIMIENTO





El emprendimiento es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias.

▣ Oberlo

Emprendimiento ←
Emprendedurismo
Emprendurismo

Definición de emprender

- ✓ De "emprender": Comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro (RAE).
- ✓ Se trata de todo proceso orientado a **plasm**ar alguna **idea** en un proyecto efectivo.
- ✓ Emprendimiento proviene del francés 'entrepreneur', que significa pionero, y se refiere etimológicamente a, aunque en la actualidad se limita su uso la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto.



Emprender

- “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson 2000).

El emprendimiento

- El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.
- El emprendimiento requiere estar dispuesto a tomar riesgos relacionados con el tiempo, el dinero, y el trabajo arduo.

¿Qué es el emprendedor?



Emprendedor

Que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo (RAE)

Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios

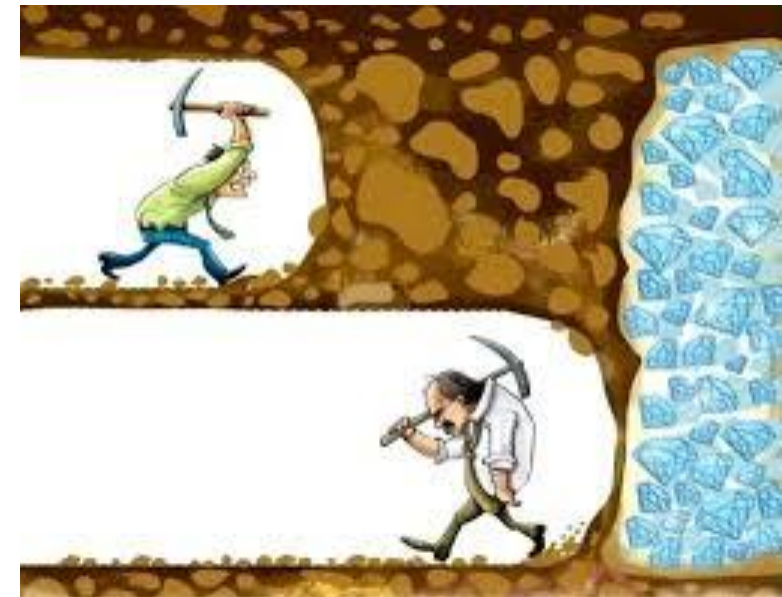
Say (1800) —citado por Drucker (1989)— lo clasifica como un —buen administrador.

“Persona que hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”.

Características del emprendedor

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- ✓ Compromiso total, determinación y perseverancia
- ✓ Capacidad para alcanzar metas
- ✓ Orientación a las metas y oportunidades
- ✓ Iniciativa y responsabilidad
- ✓ Persistencia en la solución de problemas



- ✓ Realismo
- ✓ Autoconfianza
- ✓ Altos niveles de energía
- ✓ Toma de riesgos
- ✓ Baja necesidad de estatus y poder
- ✓ Integridad y confiabilidad
- ✓ Tolerancia al cambio



- ✓ El emprendedor tiene alta autoestima
- ✓ Confía en sí mismo
- ✓ Posee una gran necesidad de logro
- ✓ Trabaja duramente
- ✓ Pasión por lo que hace
- ✓ Es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente
- ✓ Es positivo para sí mismo
- ✓ Alcanza las metas que se propone
- ✓ Genera un ambiente positivo a su alrededor
- ✓ Tiene visión de futuro



- ✓ Creativa e innovadora
- ✓ Apasionada por lo que hace



“

Los emprendedores ven posibilidades y soluciones donde la persona promedio sólo ve molestias y problemas.

▫ Oberlo

TIPOS DE EMPRENDEDORES

TIPOS DE EMPRENDEDORES ¿CUÁL ERES TÚ?

EMPRENDEDOR
SOCIAL



EMPRENDEDOR
ESPECIALISTA



MULTI
EMPRENDEDOR



EMPRENDEDOR
PERSUASIVO



EMPRENDEDOR
POR AZAR



EMPRENDEDOR
OPORTUNISTA



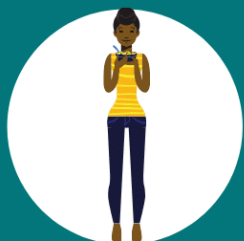
EMPRENDEDOR
INVERSIONISTA



EMPRENDEDOR
INTUITIVO



EMPRENDEDOR
POR NECESIDAD



EMPRENDEDOR
INNOVADOR



EMPRENDEDOR
VISIONARIO



EMPRENDEDOR
CONSTRUCTOR





Tipos de emprendedores

Social ✓

Especialista ✓

Multi-Emprendedor ✓

Por Accidente o por Azar ✓

Oportunista ✓

Inversionista ✓

Por Necesidad ✓

Innovador ✓

Visionario ✓

Emprendedor social

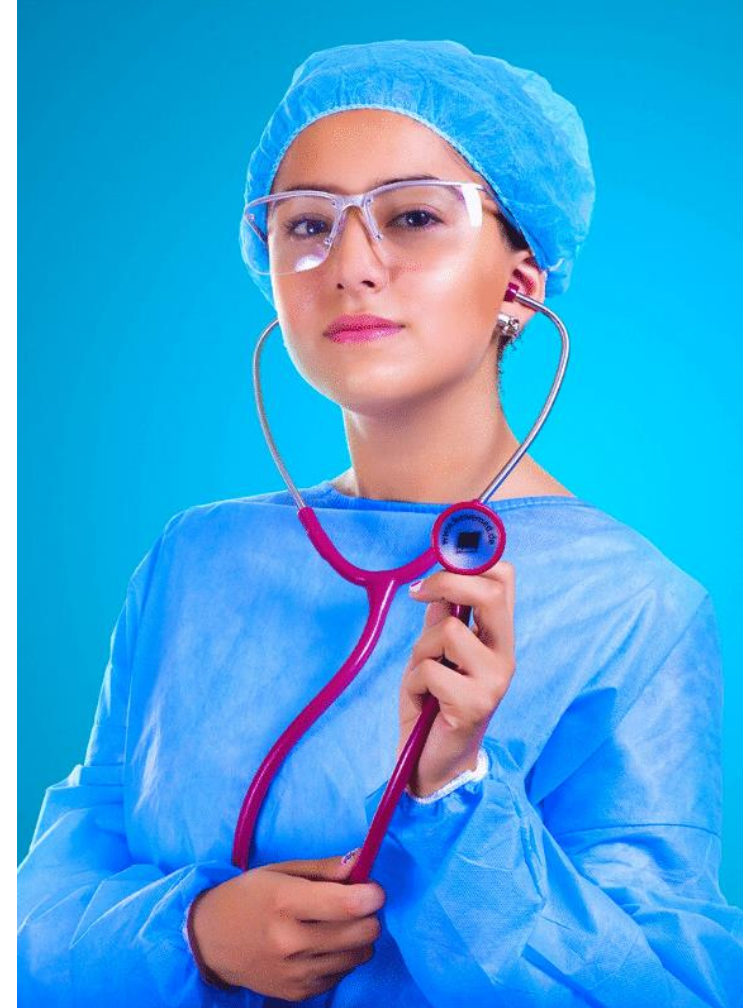
Así identifican a los emprendedores que no tienen intereses económicos propios. Su objetivo es dedicarse a desarrollar acciones diversas para aportar soluciones a problemáticas sociales.

Su intención no es obtener fama, prestigio o dinero con sus iniciativas innovadoras. Solo contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos en la localidad que considere menos favorecida.



Emprendedor especialista

- Los emprendedores especialistas son aquellos que poseen un perfil más técnico. En la mayoría de los casos, centran sus actividades de trabajo en su sector profesional, que generalmente ejercen a nivel empresarial.
- Por ejemplo, si el emprendedor especialista es médico, combina su especialidad con su emprendimiento. En este caso, podría dirigir sus objetivos a la ejecución de un proyecto como la creación de una nueva clínica en la ciudad.



Multi-emprendedor

Este tipo de emprendedores son los que tienen la capacidad, el deseo, la perseverancia, el tiempo y los recursos para emprender más de un proyecto al mismo tiempo.

Los multi-emprendedores son arriesgados, porque la mayoría desarrolla un proyecto y, una vez que esté consolidado, comienzan otro.



Emprendedor por Accidente o por Azar:

También es conocido como emprendedor por azar, porque dicen que la suerte lo rodea todo el tiempo. Es aquel que sin planificarlo, por accidente, ocurre «algo» que marca el comienzo de un gran proyecto.



Emprendedor Oportunista

Muchas veces confundimos a un emprendedor por accidente con el oportunista. Y si bien es cierto que guardan alguna relación, con el oportunista no siempre se da todo al azar.

A este emprendedor no solo le ocurre algo por accidente y aprovecha la oportunidad, sino que también anda en busca de oportunidades y las aprovecha. Ellos analizan su entorno constantemente y cuando ven “esa gran oportunidad” en el mercado, allí emprenden. Como dicen algunos... “está en el lugar indicado, en el momento oportuno”.





Emprendedor Inversionista

Se trata del emprendedor que invierte en un negocio, con el fin de obtener un retorno mayor. También se puede identificar como aquel que cuenta con los suficientes recursos y capital garantizado para cristalizar ideas de negocios e invertir en proyectos que pudieran ser rentables, según su punto de vista.

Por otra parte, no se trata del emprendedor que va a la cabeza del proyecto, sino que desempeña el papel de socio capitalista



Emprendedor por Necesidad

Es aquel que no se siente a gusto con lo que hace y está inconforme con su trabajo.

Está en la búsqueda de nuevas ideas para emprender su propio negocio, para satisfacer sus propias necesidades, que generalmente son financieras.





Emprendedor Innovador

Como innovador, se encuentra buscando ideas de negocios novedosas, impactantes, originales, únicas. Un reto permanente que le permite crear proyectos rentables.

Además, lo describen como aquel que no se conforma con solucionar un problema, sino que lo hace de una forma nueva y diferente.



Tipos de emprendedores

Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

El emprendedor administrativo

El emprendedor oportunista

El emprendedor adquisitivo

El emprendedor incubador

El emprendedor imitador

El emprendedor administrativo.

Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.



El emprendedor oportunista

Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.



El emprendedor adquisitivo.

Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.



El emprendedor imitador

Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.



El emprendedor incubador.

En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.





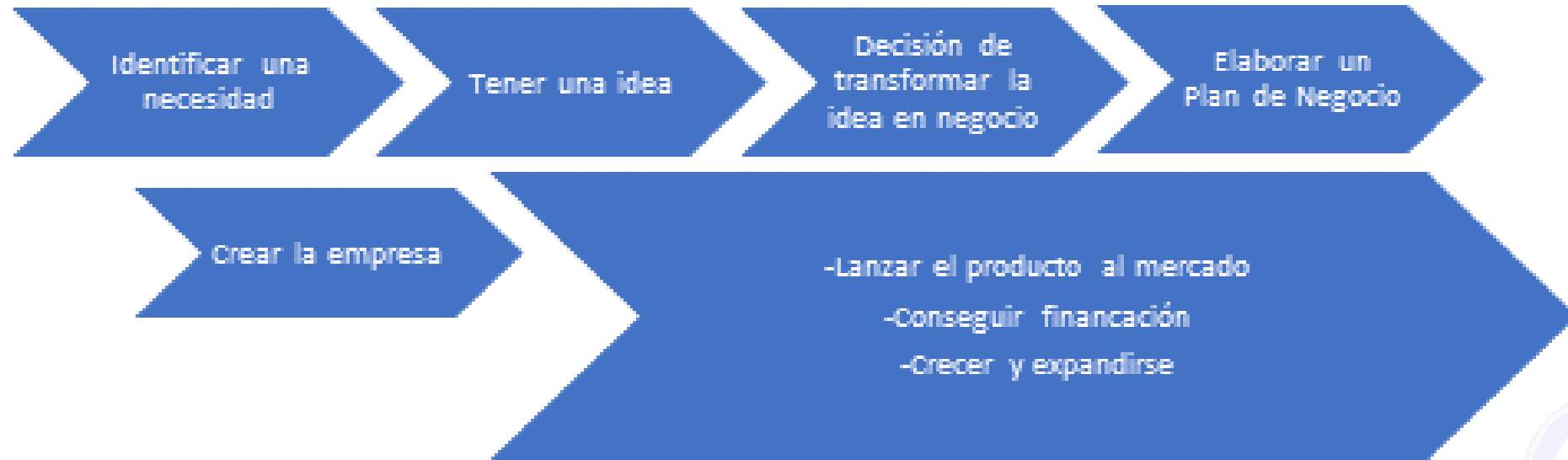
Pasos para poder emprender

¿Por qué quieres empezar un negocio?

1. Evaluate

- ¿Qué habilidades tienes?
- ¿Qué te apasiona?
- ¿Cuánto dinero puedes gastar, sabiendo que la mayoría de los negocios no triunfan?
- ¿Cuánto capital necesitas?
- ¿Qué estilo de vida te gustaría vivir?
- ¿Estás listo para ser un emprendedor?

Proceso para emprender un negocio



2. Piensa en una idea de negocio

- ¿Ya tienes una idea de negocio?

¿Qué tecnologías o avances están por aparecer, y cómo van a afectar a los negocios? ¿Te puedes adelantar a esto?

Aplica tus capacidades en un campo totalmente nuevo

Arregla algo que te moleste

Usa el enfoque más barato, más rápido y mejor

Plan de negocios

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos





Un plan de negocios es:

- El plan de negocios es, en forma general
- Una serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto.
- Un sistema de planeación para alcanzar metas determinadas.
- Una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones.
- Una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles.



El plan de negocios

Es la concreción de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa (existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y las realidades, entre las intenciones y los hechos; el plan de negocios permite cruzar esa línea).

También es la guía básica que nos lleva a aterrizar las ideas, a contestar las preguntas que conlleva todo proceso, volverse un excelente proyecto.



Un plan de negocios describe:

- El producto o servicio.
- La competencia.
- El mercado.
- La elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
- El sistema de administración (organización).
- El estado financiero del proyecto.
- La planeación estratégica y operativa.
- Los requisitos legales.



Áreas de importancia en un plan de negocios.

- Naturaleza del proyecto (descripción de la empresa).
- El mercado del producto o servicio (situación del mercado, precio, sistema de distribución, esquema de promoción y publicidad, plan de introducción y ventas, etcétera).
- Sistema de producción (el producto y su proceso de elaboración y/o prestación de servicios).
- La organización (sistema administrativo) y el recurso humano en el proyecto.
- El aspecto legal en que el proyecto está inmerso.
- Las finanzas del proyecto.
- El proceso de planeación para el arranque, desarrollo y consolidación del proyecto.



Un plan de negocios debe ser:

- Claro. Sin ambigüedades, entendible (que cualquier persona lo pueda comprender), que no dé lugar a dudas o se preste a confusiones.
- Conciso. Que contenga sólo la información necesaria, sin más datos que los realmente indispensables.
- Informativo. Con los datos necesarios, que permitan:
 - o Tener una imagen clara del proyecto (incluidas sus ventajas competitivas y áreas de oportunidad).
 - o Medir la factibilidad del proyecto.
 - o Facilitar la implantación, la cual asegure, paso a paso, un desarrollo adecuado.

- Es fácil llevar a cabo un —proyecto, todo es cuestión de decidirse; sin embargo, no es fácil hacerlo bien, sobre todo la primera vez, evitando errores y aprovechando oportunidades (esto es: con calidad), a menos de que primero planeemos. Thomas Alva Edison decía: —una idea genial está compuesta de 1% de inspiración y 99% de transpiración.

Creatividad

La palabra creatividad deriva del latín *creare*, que significa —dar origen a algo nuevo. Es decir, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte



Creatividad

Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente, una modificación que le añade particularidades que no tenía o que mejore sus características de funcionamiento o eficiencia, a esto último le llamamos comúnmente innovación



Entonces, la creatividad es un “proceso mental que consiste en la capacidad para dar existencia a algo nuevo, diferente, único y original”.

Tipos de creatividad

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos:

- Científica
 - genética
 - psicología
 - Biología o química
- Artística
 - la narrativa y la poesía
 - el teatro
 - la pintura y la escultura



En la psicología

- **La ordinaria**, aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida.
- **La excepcional**, rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres.

Guilford (1978)

por otra parte, propone un modelo de inteligencia en el que llama creatividad al pensamiento divergente (el que puede dar muchas respuestas a una sola pregunta) y lo distingue del convergente (el que se mueve hacia una sola respuesta),

Los hemisferios cerebrales y sus capacidades.

Hemisferio izquierdo	Hemisferio derecho
Lógica	Ritmo
Razonamiento	Música
Lenguaje	Imaginación
Números	Imágenes
Análisis	Color
Pensamiento lineal	Reconocimiento de formas
Pensamiento digital	Ensoñaciones
Pensamiento concreto	Pensamiento abstracto

Equipo de trabajo

El hombre, por naturaleza, es un ser social y debido a ello necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse.

Ésta es la razón de que al interior de los diversos grupos de interacción humana, como la familia, los colegas de oficina, los compañeros de la escuela o los amigos, surjan y se formen los equipos de trabajo al organizar alguna actividad específica para alcanzar una meta, como lo afirman Thiagarajan y Parker (2000).



Equipo de trabajo

- Con frecuencia se escucha la expresión “trabajo en equipo” durante la realización de tareas que exigen la colaboración grupal, el desarrollo de proyectos o al emprender ideas con varias personas que se conocen entre sí.
- En su definición, Smith (2001) aclara que un equipo es ***un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan comunes; además de compartir las responsabilidades.***

Según Holp (2003), —un equipo de trabajo se puede definir como un grupo de personas que trabajan juntas hacia una serie de objetivos específicos dentro de una esfera operativa determinada.

Hayes (2002) dice que es un grupo de personas que persiguen un objetivo, trabajan coordinadas y contribuyen con su talento, sus aptitudes y sus energías al trabajo

Katzenbach y Smith (2000) señalan que un equipo es un conjunto de personas que realiza una tarea para alcanzar resultados.

Borrell (1996) afirma que el trabajo en equipo encuentra diversas definiciones, pero que la idea más aceptada es de una actividad en la que participan varias personas para conseguir un objetivo compartido

Importancia del trabajo en equipo

- El trabajo en equipo ha ganado importancia dentro de las empresas, donde poco a poco se ha vuelto una necesidad debido a las exigencias de calidad, eficacia y competitividad que la sociedad espera del sector empresarial.
- Las nuevas estructuras de las organizaciones precisan una mayor interacción entre las personas, lo que sólo puede lograrse con una actitud cooperativa (Johnson y Jonhson, 1996)
- Es fundamental en la vida, desde el núcleo familiar hasta la empresa.

Características de los equipos efectivos de trabajo

- 1. **Liderazgo participativo** que fomente la interdependencia entre los miembros.
- 2. **Responsabilidad compartida** que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.
- 3. Una **comunidad de propósito**; es decir, los integrantes conocen cuál es su razón para pertenecer a ese equipo y, también, cuál es su función dentro de él.
- 4. La **buena comunicación** que permite un ambiente de confianza y aceptación.

- 5. La **mira en el futuro**, tanto en la meta final como en el proceso, para alcanzar los propósitos y no perder de vista su capacidad para mejorar con el tiempo.
- 6. Concentración en las tareas que se acuerdan en las **reuniones periódicas** de planeación, seguimiento y evaluación.
- 7. **Respuesta rápida y proactiva**; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

Acciones para motivar al equipo son:

- Crear un entorno de trabajo agradable, en el cual las personas se sientan cómodas con sus labores, deseen permanecer el tiempo necesario para lograr sus objetivos.
- Que todos los integrantes del equipo se conozcan entre sí para fomentar una mayor integración y mejorar las relaciones entre ellos.
- Mostrar interés por las inquietudes personales de los integrantes del equipo (identificación y aprecio), ya que la relación debe ir más allá de la simple concurrencia a un espacio laboral.
- Dedicar tiempo suficiente a la capacitación técnica para seguir complementando las capacidades y lograr un proceso de desarrollo personal.



- Dar continuidad a las acciones que el equipo realiza, lo cual favorece conocer el avance y el grado de cumplimiento de los objetivos.
- Proporcionar suficiente espacio y tiempo para que se realice el trabajo.
- Encomiar los logros y otorgar incentivos.
- Crear nuevos e interesantes retos.
- Fomentar el autocontrol (responsabilidad y medición de indicadores) en todos los integrantes del equipo.
- Mostrar calidez humana en el trato a los compañeros.



¿Por qué fracasan los equipos de trabajo?

- No tener metas y objetivos claros ni compartidos por sus integrantes.
- Falta de coordinación en la secuencia de las acciones para alcanzar la meta
- La ausencia de un buen proceso de comunicación, que repercute en desmotivación y desintegración dentro del equipo.
- El liderazgo rígido (o inexistente) y no se ejerce participativamente por el grupo.
- Desinterés por la individualidad
- Ausencia de esquemas de seguimiento y control en el trabajo conjunto

Comunicación

Proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, etc., entre dos o más personas a través de un medio (teléfono, voz, escritura y otros).

- Una cosa es lo que se piensa.
- Otra lo que se dice.
- Y otra más, la que interpreta quien recibe el mensaje.



Propuesta de valor

- Zimmerer (2005) Es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.
- Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

- Mejía (2007) el término —propuesta de valor, se acuña a partir de estudios sobre estrategia empresarial y se define como una mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios, así como los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase y que pueden ser disfrutados por los clientes.
- Kotler (2005), más recientemente, señala que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta. Es una descripción de la experiencia que obtendrá el cliente a partir de la oferta de mercado de la compañía y de su relación con el proveedor de dicho bien o servicio

Elementos básicos en una propuesta de valor

Elementos a considerar para generar una propuesta de valor.

Elementos	Definición
Cualidades del producto	Se refiere a los beneficios que ofrece el producto: funcionalidad, calidad y precio de dicho producto, entre otras.
Relación con el consumidor	Es la respuesta de los clientes hacia el producto/servicio, es decir, cuán satisfecho queda el cliente y qué aceptación le da al producto; esto implica la percepción que el cliente tiene de su costo-beneficio.
Imagen y prestigio	Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa y le permiten a ésta definirse de manera positiva ante sus clientes.

forma de iniciar la generación de propuestas de valor

- Es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas:
 - ¿Por qué es necesario el producto?
 - ¿Dónde puede hacerse?
 - ¿Cuándo debería hacerse?
 - ¿Cómo se hace?
 - ¿debe ser algo nuevo?
 - ¿modificado? ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.



Modelo de Negocio

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

Modelo de negocio



Modelo de negocio

- un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y
- Rappa (2005), quien señala que el modelo de negocio es el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico||. operar la misma
- Magretta (2002) propone que un nuevo modelo de negocio debe enfocarse en diseñar su producto/servicio para una necesidad conocida, a través de un proceso innovador, o incluso basado en una mejor manera para hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente.



Aspectos importantes

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio.|| Según Amit y Zott (2001: 511).

- Según Zimmerer (2005), un modelo de negocio (para él es equivalente al esquema de un plan de negocios) es un resumen escrito de la propuesta del negocio emprendedor, sus detalles financieros y operacionales, sus oportunidades y estrategias de marketing y las habilidades de sus administradores.

- Según Zimmerer (2005), El modelo le sirve al emprendedor como un mapa en el camino para construir un negocio exitoso. Describe la dirección que la compañía tomará, cuáles son sus metas, hacia dónde quiere ir y cómo llegará hasta ahí

Funciones esenciales

- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad.

Hoja de verificación (evaluación progresiva personal).

Elementos	Se ha incluido en el plan de negocios (sí o no)	La información está clara (sí o no)	La información está completa (sí o no)
12.1 Naturaleza del proyecto a) Nombre de la empresa. b) Justificación, misión y visión de la empresa. c) Ubicación de la empresa. d) Ventajas competitivas e) Análisis FODA. f) Descripción de los productos y/o servicios de la empresa y propuesta de valor.			
12.2 El mercado a) Descripción del mercado que atenderá la empresa. b) Demanda potencial del producto o servi-			

12.3 Sistema de producción

- a) Proceso de producción.
- b) Características generales de la tecnología.
- c) Necesidades especiales de equipo e instalaciones.

12.4 Organización

- a) Organigrama de la empresa.
- b) Marco legal de la empresa.

12.5 Contabilidad y finanzas

- a) Quién y cómo se llevará a cabo el proceso contable.
- b) Capital inicial requerido.
- c) Resumen de los estados financieros.
- d) TIR, VPN, punto de equilibrio.
- e) Plan de financiamiento de la empresa.

12.6 Modelo de negocio