



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Alumna: ABDELENI CHUN ORTIZ

Profesora: MARIA ISABEL ROBLERO

Actividad: MAPA CONCEPTUAL

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: 9° Cuatrimestre/LAE

Grupo: "A"

EL EMPRENDURISMO

EMPRENDER

Es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir crear una empresa y llevar a cabo la producción

VANDER WERF Y BRUSH afirman

Emprender es una actividad de negocio que consiste en una interacción de

Conductas y acciones

CREACION
ADMINISTRACION GENERAL
INNOVACION
ACEPTACION DE RIESGO
MEJOR DESEMPEÑO

TIPOS DE EMPRENDEDORES

SCHOLLAMER (1980) divide a los emprendedores en 5 tipos de personalidades

EMPRENDEDOR ADMINISTRATIVO
EMPRENDEDOR OPORTUNISTA
EMPRENDEDOR ADQUISITIVO
EMPRENDEDOR ENCUBADOR
EMPRENDEDOR IMITADOR

Clasificación

Según la razón por la que emprender
Según el tipo de empresa que desarrolla

CREATIVIDAD Y TERMINOS A FINES

La creatividad es la habilidad para adaptar a cualquier situación, lo que se tenga disponible (recursos) con el fin de alcanzar objetivos

Tipos de creatividad

WEISBERG (1989) DIVIDE A LA CREATIVIDAD EN 2 TIPOS

CIENTIFICA

Genética
Psicología
La biología y la química

ARTISTICA

Artes como la narrativa y la poesía

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

PROPUESTA DE VALOR

Son los beneficios que la empresa le ofrece al cliente a través de cierto producto o servicio

Elementos a considerar para generar una propuesta de valor

Cualidades del producto
Relación con el consumidor
Imagen y prestigio

MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica

Análisis FODA
Análisis técnico operativo
Análisis financiero
Análisis organizacional

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIO

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar la ganancia

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe llevar los siguientes puntos

Bajos costos
Innovación
Diferenciación

PLAN DE NEGOCIO

¿Qué es un plan de negocios (o de empresa)?

Plan de negocios

El plan de negocios es un documento que permite al emprendedor analizar la situación actual del mercado, sector y entorno. El plan de negocios recoge tal información y permite al emprendedor presentar su negocio a inversores, aceleradoras, etc.; y explicar cómo su arranque y siguientes pasos. Se trata de un documento vivo que tiene que estar siempre actualizado.

Plan de empresa

El plan de empresa, por su parte, describe y analiza las oportunidades con las que cuenta la empresa de acuerdo a la viabilidad del sector. También establece las metas y expectativas a corto, mediano y largo plazo; así y las estrategias a seguir para llegar a ellas.

¿Por qué debes hacer un plan de negocios?

Empezamos dando seis razones por las que toda startup debería disponer de un buen plan de negocio antes de lanzar su proyecto, ¡ahí van!

1. El plan de negocios te servirá de hoja de ruta y análisis estratégico
2. Te permite conocer el sector y la competencia.
3. Te ayuda a comprobar la coherencia interna del proyecto.
4. Estudias la viabilidad técnica y económica del proyecto.
5. Te facilita la comunicación de la idea a posibles inversores, socios, [clientes...](#)
6. Un plan de empresa sirve para poder visionar el futuro a corto plazo.

8 pasos para saber cómo hacer un (buen) plan de negocios

Ahora sí, a continuación explicamos cuáles son los pasos que todo documento de plan de negocios debería incluir para que los emprendedores trabajen en una misma dirección, capaz de llevar a su startup a alcanzar el éxito con más facilidad, ¡toma nota!

1. Resumen ejecutivo

En este punto deberás hacer un repaso por los aspectos más importantes que incluirás en el plan de empresa (posteriormente explicados con más detenimiento). Piensa que con este primer punto tendrás que ser capaz de captar la atención e interés de los futuros inversores, así que... ¡a por todas!

2. Descripción del producto

Aquí es donde tendrás que explicar perfectamente el producto: su concepto, origen de la idea y características principales. Una vez, los interesados ya conoces qué ofrecemos, deberás especificar a qué target va dirigido, por qué y las necesidades que les satisface.

3. Análisis del mercado y competencia

Este punto es clave para nuestro plan de negocios. En este analizaremos, por un lado, el mercado en el que se introducirá el producto, su tamaño, los factores de éxito que lo caracteriza, con qué barreras de entrada y salida nos podemos encontrar, cuál es su evolución y crecimiento natural, su consiguiente ritmo y las tendencias actuales.

4. Modelo de negocio

Aquí definiremos el [modelo de negocio](#) y el [plan financiero](#), en los que se detallarán los acuerdos financieros, el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos, entre otros aspectos relevantes.

5. Descripción del equipo y temas societarios

Imprescindible describir al equipo humano que forma la startup. Los inversores dan mucha importancia a este punto para comprobar si estos emprendedores son capaces de llevar a cabo correctamente el negocio.

En cuanto a los temas societarios, es necesario exponer cuál es la denominación social y comercial de la empresa, el objeto social de ésta, el nombre de los fundadores, el capital social, especificar los órganos de administración que tiene la sociedad y qué obligaciones tiene la sociedad con las Administraciones Públicas.

6. Estado de desarrollo del negocio

Es importante especificar aquí en qué fase se encuentra el producto, si se ha realizado un testeo (aplicación de la [metodología Lean Startup](#)) o si existe un prototipo desarrollado, etc.

7. Estrategias de marketing

En este punto empezaremos detallando las decisiones sobre acciones y recursos a utilizar tanto en el medio online como el offline, que nos permitirán alcanzar los objetivos finales de la empresa u organización, así como especificar si vamos a trabajar con alguna agencia de comunicación, publicidad o consultoría de marketing online.

8. Plan de contingencia

Como en todo nuevo proyecto que se lanza, los riesgos tienen cabida y hay que contar con ellos. Por eso, es importante que los tengamos en cuenta y los pongamos sobre la mesa en este documento, de esta manera los inversores, socios... Podrán conocer por nuestra parte cuáles podrían ser los riesgos a los que se enfrentarían.