



**Mi Universidad**

## **Mapa Conceptual**

*Nombre del Alumno: Brandom Daniel Pérez Guzmán*

*Nombre del tema: Emprendedurismo y nacimiento de la idea de negocio*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González*

*Nombre de la Licenciatura: Derecho*

*Cuatrimestre: 9°*

# INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO

## EMPRENDER

En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro

En cambio, para el académico, **emprender** es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

## CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

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.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

EN RESUMEN, EL EMPRENDEDOR POSEE CARACTERÍSTICAS QUE LE FACILITAN NO SÓLO EMPRENDER, SINO TAMBIÉN HACERLO CON ÉXITO. ENTRE ELLAS, ALGUNAS DE LAS MÁS MENCIONADAS SON:

- Creatividad e innovación.
- Confianza en el mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

- 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, lo 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.

DIVIDE A LOS EMPRENDEDORES EN CINCO TIPOS DE PERSONALIDADES

SCHOLLHAMMER

## TIPOS DE EMPRENDEDORES

SEGÚN LA RAZÓN POR LA QUE EMPRENDE:

- Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable
- El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros
- Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), puede comenzar desde cero

SEGÚN EL TIPO DE EMPRESA QUE DESARROLLAN:

MCCLELLAND

## ¿QUE ES UN "EQUIPO"?

En los equipos se ponen en juego las personalidades de los involucrados, así como sus habilidades y cualidades

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.

## CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

BUCHHOLZ PROPONE SIETE ATRIBUTOS PARA QUE UN EQUIPO SEA CONSIDERADO DE ALTO DESEMPEÑO, O DE GRAN EFICIENCIA (EFFECTIVO), COMO:

- Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
- Responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.
- 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.
- La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.
- 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. Esto es esencial para concebir el cambio como una oportunidad de crecimiento.
- Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas de planeación, seguimiento y evaluación.
- Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

## ¿POR QUÉ FRACASAN LOS EQUIPOS DE TRABAJO?

LAS PRINCIPALES CAUSAS DEL FRACASO DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO, SEGÚN LA LITERATURA DE LA MATERIA, SON:

- No tener metas y objetivos claros ni compartidos por sus integrantes.
- Falta de coordinación en la secuencia de las acciones para alcanzar la meta pretendida.
- La ausencia de un buen proceso de comunicación, que repercute en desmotivación y desintegración dentro del equipo.

## ESPIRITU EMPRENDEDOR

## EL PLAN DE NEGOCIOS

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 DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PERMITE OBTENER DIVERSOS BENEFICIOS. YA QUE:

- Es una carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.
- Minimiza la incertidumbre natural en un proyecto y, por ende, reduce el riesgo y la probabilidad de errores.
- Permite obtener la información necesaria que garantice una toma de decisiones ágil, correcta y fundamentada.
- Facilita la determinación de la factibilidad de marketing, técnica y económica del proyecto.

UN PLAN DE NEGOCIOS DESCRIBE UNA SERIE DE PUNTOS ESENCIALES PARA UN PROYECTO DE ÉXITO, ENTRE OTROS:

- 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.

## CREATIVIDAD

## ¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

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

Es un estilo de actuar y de pensar que tiene nuestro cerebro para procesar la información y manifestarse mediante la producción de situaciones, ideas u objetivos innovadores

## PROCESO DE LA CREATIVIDAD

## ¿COMO SE ORIGINA?

Es ampliamente conocido que en nuestro cerebro hay dos hemisferios: izquierdo y derecho. Cada uno ayuda a desarrollar una cierta parte de la creatividad que el individuo necesita. Lo fundamental es contar con la habilidad necesaria para utilizar ambos hemisferios, ya que así se está en un completo balance y se logra una creatividad más efectiva.

Por lo anterior concluimos que, por ejemplo, los pintores o los músicos tienen más desarrollada la parte derecha del cerebro, mientras que en los científicos evoluciona más el hemisferio izquierdo y aunque esto puede ser verdad, también es cierto que mediante algunos ejercicios es posible fortalecer el hemisferio menos desarrollado y así lograr un equilibrio, mayor eficacia y desempeño en todos los aspectos intelectuales deseados

En el primer caso es la que actúa en el proceso de reconstrucción en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras.

## TIPOS DE CREATIVIDAD

WEISBERG DIVIDE A LA CREATIVIDAD EN DOS TIPOS: CIENTIFICA Y ARTISTICA

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura. El artista es el genuino creador, ya que posee capacidad para desarrollar procesos mentales y sensibilidad extraordinarios, así como una actitud abierta a nuevas experiencias.

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

Según lo expuesto, un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. Una estructura que será ciertamente útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman.

### ¿QUÉ ES?

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo entre los más recomendados se encuentran:

La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso. Un modelo de negocio es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos.

### IMPORTANCIA

- 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.

### ASPECTOS

Un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de "secreto" que los diferencia de otros

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el "secreto" del modelo).

### CARACTERÍSTICAS

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancias
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)
- Estrategia competitiva

### ELEMENTOS

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

Una vez que se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste; con dos ejemplos más, los lectores podrán realizar su proyecto. La idea seleccionada debe describirse lo más explícitamente posible.

### NATURALEZA DEL PROYECTO

Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.

Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado) y se puede constituir por cualquier signo o símbolo, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de una persona.

Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.

Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.

Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos; por ejemplo, "Excelence" o "Excelentia", reflejan su significado: excelencia, lo cual se asocia con cosas muy bien hechas, con clase, etcétera.

Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor, aun cuando en un principio pudiera parecer gracioso.

### NOMBRE

### EMPRESA

Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.

Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

### DESCRIPCIÓN

## NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

### IDEAS

### ¿QUE SON?

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.

Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.

Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico o, en general, apreciado como de mayor valor por el cliente.

Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación.

En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.

En un país se importa un producto extranjero, que podría ser producido y comercializado en ese lugar, con mejores atributos que el que se trae de fuera.

SEGÚN PUCHOL, LAS OPORTUNIDADES QUE SE CONVERTIRÁN EN IDEAS DE NEGOCIO CABEN EN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS:

La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba (en términos del producto, de la empresa y de su modelo de negocio en general).

### ¿COMO FORMAR?

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

### ANTES DE

EL EMPRENDEDOR REQUIERE, ADEMÁS, ANALIZAR CON CUIDADO:

- El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.
- La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica.
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece.
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

### PROPUESTA DE VALOR

### ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE:

### ELEMENTOS

### ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA:

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
- Políticas de atención y servicio.
- A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
- Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta.
- Canal o canales de distribución.
- Servicios de posventa.
- Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos, etcétera).
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.
- Riesgos calculados y posibles acciones.
- Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.
- Sistemas de información internos, necesarios para un buen control.
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.