



Mi Universidad

Súper Nota

Nombre del Alumno: Danilo Sánchez Espinoza.

Nombre de los subtemas: Introducción al Emprendedurismo y Nacimiento de la idea y Negocio.

Parcial: I

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.

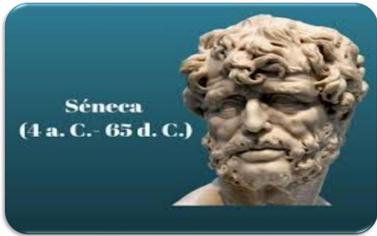
Nombre del profesor: Lucero Del Carmen García Hernández.

Nombre de la Licenciatura: Administración de empresas.

Cuatrimestre: 9°

Ocosingo Chiapas a 10 de Julio de 2023.

Unidad I. Introducción al Emprendedurismo.



Séneca. Mencionó en alguna ocasión que “ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar”.

En teoría 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.

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).

Espíritu emprendedor: En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; 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”.

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. Y en esto coincide Ronstadt (1985).

Asimismo, Shefsky (1997) y Baumol (1993) —citado este último por Ibáñez (2001)— señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría.

Esta forma de visualizar al emprendedor la comparten Steinhoff, Burgess (1993), Siropolis (1990) y Drucker (1989), quienes se refieren al emprendedor como la persona que “hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado”.



- 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.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

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



Diversos aspectos que habrán de tomarse en consideración, como lo señalan VanderWerf y Brush (1989) al revisar 25 definiciones de emprender, afirman que emprender es una actividad de negocios que consiste en una intersección de las siguientes conductas y acciones:

- **Creación:** establecimiento de una nueva unidad de negocios.
- **Administración general:** dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- **Innovación:** generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios, procesos, mercados, sistemas de organización, etcétera.
- **Aceptación del riesgo:** capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- **Mejor desempeño:** el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento.

El riesgo es un elemento que, para algunos autores constituye una característica fundamental del acto de emprender, pues consideran que el emprendedor es un “tomador de riesgos” que pondera los beneficios y asume los peligros que son inherentes a su consecución (Baty, 1990). Por su parte, Halloran (1992) señala que los emprendedores son individuos dispuestos a tomar el riesgo y a asumir sus propias ganancias y pérdidas.

El emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre ellas son:

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

Stacey (1980) agrega otro elemento interesante en el perfil del emprendedor, relacionado con la aceptación del riesgo: la capacidad para aprender de los errores o fracasos. Señala que el emprendedor es una persona capaz de levantarse de sus caídas, con una nueva perspectiva de las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño (con perseverancia para el logro de sus metas y objetivos).

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

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



McClelland (1971) —citado por Kuriloff y Hemphill (1983), así como por Desarrollo Empresarial de Monterrey, A.C. (DEMAC, 1991)— señala que el emprendedor es una persona que posee necesidades psicológicas básicas, las cuales, como en todo ser humano, son tres:

- Necesidad de logro.
- Necesidad de afiliación.
- Necesidad de poder.

Además, estos autores mencionan algunas más que podrían estar consideradas en las anteriores:

- Necesidad de independencia y autonomía.
- Necesidad de dominio de su medio.
- Necesidad de crear.

Según la razón por la que emprenden:

- Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
- Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

Según el tipo de empresa que desarrollan:

- El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.
- El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.
- 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).



Modelo de negocio: 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.
- Obtención de recursos.

Ramírez cita a 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”.

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:

- 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.

Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación:

- 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 tiene tres 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.

Elementos de los modelos de negocios: El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?
- ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio?
- ¿Con qué recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir?
- ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto (futuro esperado de la empresa)?
- ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?



Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

- **Propuesta de valor:** ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.
- **Segmento de mercado:** es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.
- **Estructura de la cadena de valor:** posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.
- **Generación de ingresos y ganancias:** forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
- **Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia):** identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores. La determinación de estos componentes permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.
- **Estrategia competitiva:** manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

Según Osterwalder y Pigner (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera:

1. **Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.
2. **Propuesta de valor:** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.
3. **Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
4. **Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
5. **Flujos de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto, elegir la estrategia de precio.
6. **Recursos clave:** bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio. Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado, incluye tipos y recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
7. **Actividades clave:** describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo de sistemas de soporte a la logística de operación.
8. **Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos.
9. **Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta, así como mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.



Naturaleza del proyecto: Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa:
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.

LLUVIA DE IDEAS PARA DETERMINAR EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA FUTURA EMPRESA.

Producto o servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1. Crepas con sabor integrado.	Crepas con sabor natural, acompañadas de un sobre de sabor.	No existen en el mercado harinas preparadas para crepas.
2. Champurrado e vaso.	Listo para calentarse servirse.	No existe en el mercado.
3. Arroz con leche.	Producto tradicional mexicano.	Postre nutritivo, con proteínas.
4. Licuados instantáneos.	Polvo listo para agregarle agua.	Licuada fácil y rápido de preparar.
5. Cortinero	Cortinero con roches a presión.	Agiliza la tarea de quitar y poner cortinas.
6. Aplicador de talco.	Aplicador instantáneo de talco en los pies a través de una con talco.	Evita manchar el piso cada vez que se aplica talco en los pies.
7. Agua de manzanilla.	Té frío de manzanilla listo para beber.	Té listo para beberse, sin prepararlo.

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.

Idea/Criterio.	Nivel de innovación.	Mercado potencial.	Conocimiento técnico.	Requerimiento de capital.	Total.
1. Crepas.	4	3	3	3	13
2. Champurrado.	3	3	3	3	12
3. Arroz con leche.	4	4	5	3	16
4. Licuados instantáneos.	3	4	4	4	15
5. Cortinero.	4	3	3	4	14
6. Aplicador de talco.	4	2	5	5	16
7. Agua de manzanilla.	3	1	5	5	14

Definición más detallada de la idea: Arroz con leche.

- Es un alimento elaborado con arroz, agua, azúcar, canela, leche evaporada y leche condensada.
- Estará contenido en un envase que permita mantenerlo frío y que pueda calentarse en horno de microondas.
- Adherida el envase se encontrará la etiqueta con la cual se presentará el producto.
- La capacidad del envase dependerá de las preferencias del consumidor, las cuales se conocerán a través de una investigación de mercado.

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Ejercicio. A continuación, señala la justificación de tu empresa y describe detalladamente la necesidad que ésta satisface o el problema que resuelve.

Justificación de la empresa Postres Mexicanos.

Arroz con leche. El producto elaborado con ingredientes naturales satisface las tendencias actuales que existen en el mercado hacia lo saludable y lo nutritivo, A su vez, proporciona al consumidor la opción de adquirir un postre que por costumbre ha degustado, pero que hasta el momento se ha visto en la necesidad de elaborar o bien de adquirir en restaurantes.

El siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

Propuesta de valor de Postres Mexicanos. Arroz con leche. El pueblo mexicano, orgulloso de sus raíces y de sus tradiciones, busca opciones para consumir productos alimenticios de la cocina típica y además darlos a conocer en otras partes del mundo, si a esto se une que vivimos en una era que el tiempo no es suficiente para pasar horas en la cocina, Postres Mexicanos ofrece productos elaborados con ingredientes naturales, que además de ser deliciosos son saludables y nutritivos, por si esto no fuera suficiente, proporciona al consumidor la opción de adquirir un postre listo para consumir y en la porción adecuada para satisfacer el antojo y obtener sus beneficios nutricionales, El arroz con leche, que es el primer producto que saldrá a la venta, estará a su disposición siempre fresco en tiendas de autoservicio y de conveniencia.

Propuesta de valor Republica. Publicidad por internet. En el siglo XXI, cuando la tecnología marca la pauta de avance, es imprescindible que las empresas modernicen su imagen e incluyan su información en el mundo electrónico, y lo mejor es apoyarse en una empresa que pueda brindar todos esos servicios, tanto de diseño como de seguimiento, así se evita pérdida de tiempo y de recursos económicos, logrando excelentes resultados. Por lo antes expuesto, nuestra empresa es la oportunidad perfecta para que otras compañías presenten sus servicios y sus productos en el nuevo comercio virtual, además de ofrecerles la posibilidad de mantener contacto directo con sus clientes por medio de formas en línea en sus sitios publicitarios, que a su vez facilitan el intercambio de documentos por internet, manteniendo muy buenos canales de comunicación con sus posibles clientes.

Nombre de la empresa. En su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas.

- **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).
- **Atractivo.** Debe ser llamativo y fácil de recordar y visible.
- **Claro y simple.** Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- **Significativo.** Que se pueda asociar con formas o significados positivos; por ejemplo, "Excellence" o "Excelentia".
- **Agradable.** Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto.

La misión debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad:

- **Amplia.** Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares. No obstante, la amplitud no debe ser tanta que se pierdan la naturaleza y carácter de la empresa, o bien que confundan el mercado y tipo de necesidad a satisfacer.
- **Motivadora.** Que inspire a quienes laboran en la empresa; pero que no sea tan ambiciosa que se perciba como inalcanzable.
- **Congruente.** Debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella. La misión no es sólo una descripción de lo que es o pretende ser la empresa, sino también de su esquema de valores (éticos y morales).

Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:

1. ¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
2. ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
3. ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)

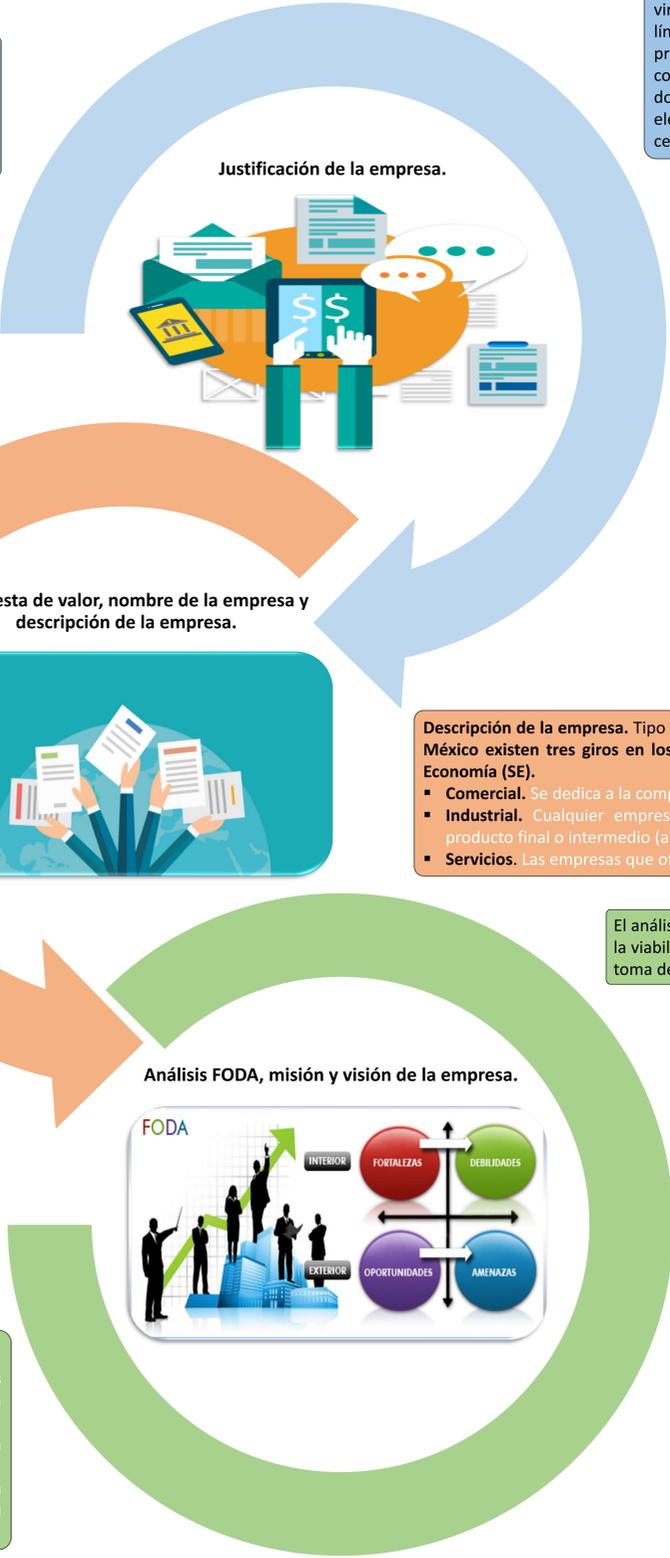
Visión de la empresa. Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

Una visión debe ser:

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

Para escribir la visión de su empresa, el emprendedor puede iniciar por responder las siguientes preguntas:

- ¿Cómo será mi empresa en unos años?
- ¿Cómo quiero que mi empresa sea reconocida por los clientes?
- ¿Qué ofrece esta empresa a los clientes, proveedores y sociedad?
- ¿Hasta dónde quiero llegar con esta empresa?
- ¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa?



Publicidad de internet. Ante esta nueva y creciente necesidad de las empresas por presentar sus servicios y los productos en el nuevo comercio virtual., República les brinda la posibilidad de mantener contacto directo y en línea con sus clientes en sus distintos sitios publicitarios, que a su vez proporcionan información a los clientes sobre sus productos y servicios de la compañía, También se ofrecen herramientas que facilitan el intercambio de documentos por internet, que son más rápidos y eficientes que el correo electrónico. En resumen, República ayuda a sus clientes a mantenerse lo más cerca posible de sus respectivos clientes, tanto externos como internos.

Descripción de la empresa. Tipo de empresa. 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).

- **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 análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo "interno", es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar, pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

Las fortalezas son todo lo que se tiene y que coloca al proyecto por encima de otros similares. Cuando toca el turno a las oportunidades y amenazas, es necesario observar aspectos como:

- Las barreras de entrada y de salida.
- Las tendencias sociales.
- Culturales y económicas.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo:

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

Bibliografía básica y complementaria:

Antología: Taller del emprendedor.

Unidad I: Introducción al Emprendedurismo.

II: Nacimiento de la idea de negocio.

Temas:

1. Espiritu emprendedor
2. Características del emprendedor
3. Tipos de emprendedores
4. Modelo de negocio
5. Elementos de los modelos de negocios
6. Naturaleza del proyecto
7. Justificación de la empresa
8. Propuesta de valor, nombre de la empresa y descripción de la empresa.
9. Análisis FODA, misión y visión de la empresa.

Autores:

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.

Descarga de 11 imágenes en google para complementar el trabajo realizado.

https://www.google.com/search?q=Emprendedurismo&tbs=isch&tbs=rimg:CTBMMWjiOzmGYTmOcxIqTzYHsgITCgIIABAAOgQIARAQAQFVbxkWP8ACANgCAOACAA&hl=es&sa=X&ved=0CBoQuIIBahcKEwjoYu1uv3_AhUAAAAAHQAAAAAQBw&biw=1519&bih=696#imgrc=js7pUV8GXvZnbM

https://www.google.com/search?q=S%C3%A9neca&tbs=isch&ved=2ahUKEwixuOOG4P3_AhVVNN4AHfU0D_oQ2-cCegQIABAA&oq=S%C3%A9neca&gs_lcp=CgNpbWcQAzIECCMQJzIECCMQJzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEOgYIABAIEB46BwgAEBgQgARQzQY6h1gsyRoAHAeACAAXalAdwckgEFMjUuMTOYAQCgAQGqAQtdnd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=1Z-oZPH5A9Xo-LYP9em80A8&bih=696&biw=1519&hl=es#imgrc=MXkgHHVHteDQwM

https://www.google.com/search?q=Esp%C3%ADritu%20emprededor%20Emprender&tbs=isch&hl=es&tbs=rimg:CZM0k5Dp5u_1wYVhsZ0IZebkYsgIRCgIIABAAOgQIARAUVU8tFz_1AAgDYAgDgAgA&sa=X&ved=0CBoQuIIBahcKEwjo2Jq6_f3_AhUAAAAAHQAAAAAQNW&biw=1519&bih=696#imgrc=qjclwQR4B4-jAM&imgdii=YrHySZDpqH-pbM

https://www.google.com/search?q=Caracter%C3%ADsticas+del+emprededo&tbs=isch&ved=2ahUKEwjbklf0_f3_AhWLi4AHSBTA3IQ2-cCegQIABAA&oq=Caracter%C3%ADsticas+del+emprededo&gs_lcp=CgNpbWcQAzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgYIABAFEB4yBggAEAUQHjGCAAQBRaEoQgQIixAnOgclixDqAhAnUJQHWOXYNsdaAFwAHgDgAGHAYgBzROSAQ4LjE2mAEAoAEbqgELZ3dzLXdpei1pbWewAQRAAQE&scient=img&ei=lr-oZNV3Nlvf-LYPoKaKkAc&bih=696&biw=1519&hl=es#imgrc=n-IV77gmvb2OIM

<https://www.google.com/search?q=tipos%20de%20emprededores&tbs=isch&tbs=rimg:CaoQbuuz-bhSYRoawtkQm1ndsgIRCgIIABAAOgQIARAASV98nj7AAgDYAgDgAgA&hl=es&sa=X&ved=0CBwQuIIBahcKEwiYz6ujvIKAAxUAAAAAHQAAAAAQH&biw=1519&bih=754#imgrc=okusprLzH56jgM>

https://www.google.com/search?q=modelo+de+negocio&tbs=isch&ved=2ahUKEwiY7c--5YKAAXUvI94AHb7xA_QQ2-cCegQIABAA&oq=modelo+de+negocio&gs_lcp=CgNpbWcQAzIECCMQJzIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgYIABCABFDUB1jUB2C3CWgAcAB4AIABY4gBvgGSAQEymAEAoAEbqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=n0SrZNIhA6_G-LYPvuOPoA8&bih=754&biw=1519&hl=es#imgrc=sFbVx20Ind-UaM&imgdii=hWv8ClIga88izM

https://www.google.com/search?q=elementos%20de%20los%20modelos%20de%20negocios&tbs=isch&hl=es&tbs=rimg:CYi0DnRLUUG-YWzDQliUAERasgIRCgIIABAAOgQIARAAsVegrzz7AAgDYAgDgAgA&sa=X&ved=0CBoQuIIBahcKEwiAqsyK7IKAAxUAAAAAHQAAAAAQG&biw=1519&bih=754#imgrc=pZ_88GEeVtBvoM&imgdii=Tmd13lwPjMzqeM

<https://www.google.com/search?q=Naturaleza%20del%20proyecto&tbs=isch&hl=es&tbs=rimg:CcMb5zTkeX47YZ-vb5sdgKa5sgIRCgIIABAAOgQIARAAsVfEMfD7AAgDYAgDgAgA&sa=X&ved=0CBoQuIIBahcKEwioIvtw84KAAXUAAAAAHQAAAAAQBw&biw=1519&bih=754#imgrc=jOne9-CRO0GIZM>

https://www.google.com/search?q=Justificaci%C3%B3n+de+la+empresas&tbs=isch&ved=2ahUKEwil84bGuIOAAxVrwMkDHf2DCskQ2-cCegQIABAA&oq=Justificaci%C3%B3n+de+la+empresas&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJzIFCAAQgAQ6BggAEAgQHjoHCAAQGBCBFC_Bli_BmDoCmgAcAB4AIABa4gB0QGSQMwLjKYAQcAQGqAQtdnd3Mtd2l6LWltZ8ABAQ&scient=img&ei=tpurZlijAL-uAp84P_YeqyAw&bih=754&biw=1519&hl=es#imgrc=iuyESs9WDRPN4M&imgdii=znxLOsh9mKPUmM

<https://www.google.com/search?q=propuesta%20de%20valor%20C%20nombre%20de%20la%20empresa%20y%20descripci%C3%B3n%20de%20la%20empresa&tbs=isch&hl=es&tbs=rimg:CcWBxLKH-ZSsYR3wlr-4Z-A6sgIRCgIIABAAOgQIARAAsVT2ugT7AAgDYAgDgAgA&sa=X&ved=0CBoQuIIBahcKEwiQ2va2u4OAAxUAAAAAHQAAAAAQDw&biw=1519&bih=754#imgrc=TyvcqkwLOp6lwM>

<https://www.google.com/search?q=An%C3%A1lisis%20FODA%20C%20misi%C3%B3n%20y%20visi%C3%B3n%20de%20la%20empresa&tbs=isch&hl=es&tbs=rimg:CSagMPJfWFGmYffLjgkT6c6gsgIRCgIIABAAOgQIARAAsV4phT7AAgDYAgDgAgA&sa=X&ved=0CBwQuIIBahcKEwiAplOmviOAAxUAAAAAHQAAAAAQGA&biw=1519&bih=754#imgrc=5GSp1g1pbWEsuM>