



Mapas Conceptuales.

Nombre del alumno (a): Vania Susana Sánchez López.

Nombre del tema: Unidad I. Introducción al emprendimiento y Unidad II. Nacimiento de la idea de negocio.

Parcial: I

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: LAEA Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Lic. En Trabajo Social y Gestión Comunitaria.

Cuatrimestre: 9no.

Juárez, Chiapas a 27 de mayo del 2025.

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO.

Plan de negocios.

Serie de:

Para la concepción y el desarrollo de un proyecto.

Es una:

Carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento.

¿Por qué escribir un plan de negocios? Según Welsh y White:

- Los emprendedores exitosos se comprometen con él.
- Los inversionistas lo requieren.
- Los banqueros lo desean.
- Los especialistas lo sugieren.
- Los proveedores y clientes lo admiran.

Espíritu emprendedor.

Emprendedor:

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

En cambio:

Para el académico, emprender es un vocablo que denota un perfil.

Características del emprendedor:

Según John Kao (1989):

- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.

Tipos de emprendedores.

Administrativo:

Uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas formas de hacer las cosas.

Oportunista:

Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta.

Incubador:

Crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos.

Adquisitivo:

Se mantiene en continua innovación.

Imitador:

Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes.

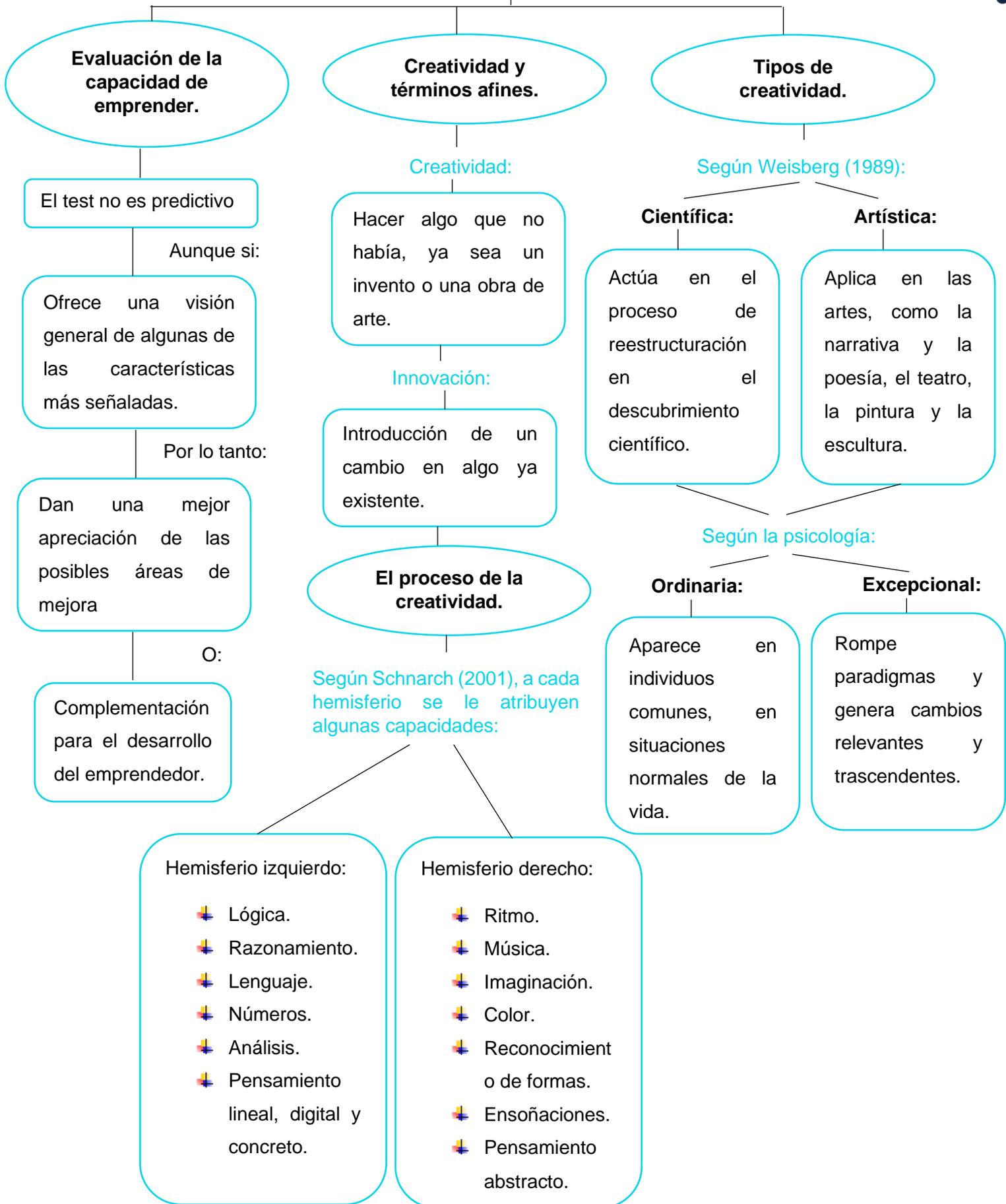
Otras formas de clasificar:

Según la razón por la que emprenden:

Por aprovechar una oportunidad y por necesidad.

Según el tipo de empresa que desarrollan:

Emprendedor sin fines de lucro, emprendedor que busca destacar y emprendedor interno y externo.



Equipo de trabajo.

Según Holp (2003), un equipo se define:

Grupo de personas que trabajan juntas

Hacia una:

Serie de objetivos específicos dentro de una esfera operativa determinada.

Para lograr el desempeño adecuado de un equipo de trabajo es necesario:

- ✚ Tener presente un objetivo común.
- ✚ Tener competencias diversas.
- ✚ Las actividades deben estar estructuradas, planeadas y bien definidas.
- ✚ Las tareas deben repartirse con equidad.

Características de los equipos efectivos de trabajo.

Buchholz (1993) propone siete atributos:

- ✚ Liderazgo participativo.
- ✚ Responsabilidad compartida.
- ✚ Una comunidad de propósito.
- ✚ Buena comunicación.
- ✚ La mira en el futuro.
- ✚ Concentración en las tareas.
- ✚ Respuesta rápida y proactiva.

¿Por qué fracasan los equipos de trabajo?

- ✚ No tener metas y objetivos claros.
- ✚ Falta de coordinación.
- ✚ La ausencia de un buen proceso de comunicación.
- ✚ El liderazgo rígido (o inexistente).
- ✚ Desinterés por la individualidad.

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Propuesta de valor.

Definida por Metzgel y Donaire (2007):

Mezcla única de productos, servicios, beneficios

Y:

Valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Características:

- ✚ Reflejar la funcionalidad.
- ✚ Incluir información importante para los clientes.
- ✚ Comunicar lo que hace mejor la empresa.

Elementos:

- ✚ Cualidades del producto.
- ✚ Relación con el consumidor.
- ✚ Imagen y prestigio.

Generación de ideas.

El emprendedor requiere analizar:

- ✚ El mercado.
- ✚ La experiencia que recibió el cliente.
- ✚ El producto o servicio que ofrece.
- ✚ Las alternativas y las diferencias.
- ✚ Evidencias sobre las ventajas en el mercado.

Elementos relacionados con el cliente:

- ✚ Características del mercado potencial.
- ✚ Necesidad que cubrirán.
- ✚ Políticas de atención y servicio.
- ✚ Canal o canales de distribución.
- ✚ Servicios de posventa.

Modelo de negocio.

Forma en que una organización crea, captura

Y:

Entrega valor, ya sea económico o social.

Elementos fundamentales:

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

Aspectos importantes:

- ✚ Seleccionar a sus clientes.
- ✚ Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- ✚ Crear valor para sus clientes.
- ✚ Conseguir y conservar a los clientes.

Función:

- ✚ Guiar las operaciones.
- ✚ Atraer líderes e inversionistas.
- ✚ Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Características de los modelos de negocios.

Bajos costos:

Para:

Aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos.

Y:

Así hacer frente a la competencia.

Medidas para mantener los costos lo más bajo posible:

- ✚ Ser el número uno en el área.
- ✚ Teniendo un muy buen control.
- ✚ Esquema administrativo modesto.
- ✚ Materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

Innovación y diferenciación:

Debe ser de valor para el comprador

Y:

Se proporciona al reducir el costo

O:

Aportar una mejor o mayor utilidad al producto

Otra forma de establecer diferenciador:

- ✚ Trato al cliente.
- ✚ Tiempo de entrega.
- ✚ Garantía.
- ✚ Calidad.
- ✚ Servicio.

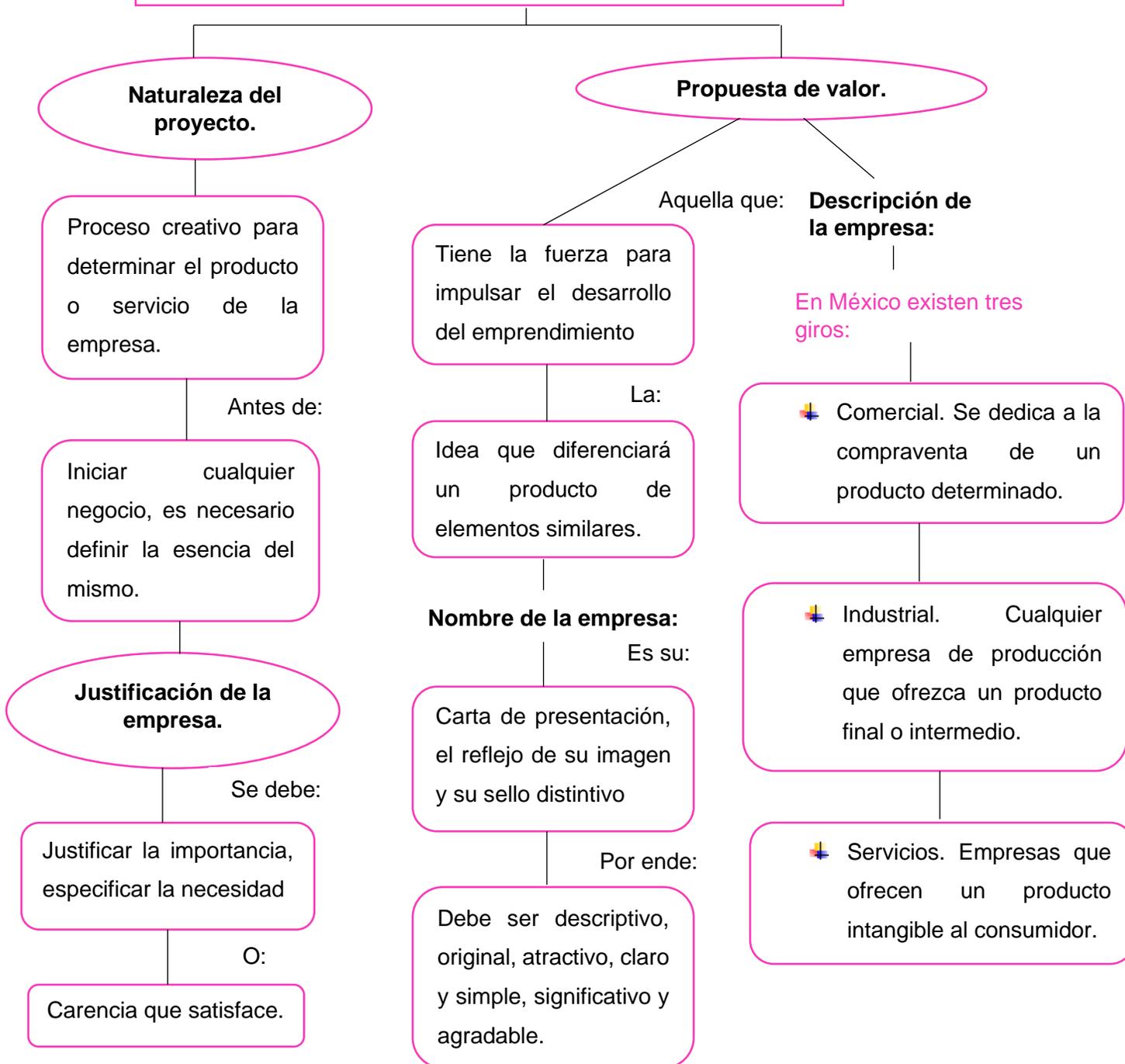
Elementos de los modelos de negocios.

Según Chesbrough y Rosenbloom:

- ✚ Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
- ✚ Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.
- ✚ Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.

- ✚ Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos.
- ✚ Posición de la compañía en la red de oferentes.
- ✚ Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva.

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.



UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Análisis FODA.

Herramienta que el emprendedor puede utilizar

Para:

Valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto.

FODA significa:

- ✚ Fortalezas.
- ✚ Debilidades.
- ✚ Oportunidades.
- ✚ Amenazas.

Misión de la empresa:

Propósito o motivo por el cual existe.

Características:

- ✚ Orientación al cliente.
- ✚ Alta calidad en sus productos.
- ✚ Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- ✚ Innovación y/o distinguos competitivos.

Visión de la empresa:

Declaración que ayuda al emprendedor a seguir

El:

Rumbo al que se dirige a largo plazo.

Una visión, debe ser:

- ✚ Motivadora.
- ✚ Clara y entendible.
- ✚ Factible.
- ✚ Realista.

Objetivos de la empresa:

Son los puntos intermedios de la misión.

Clasificación:

- ✚ A corto plazo (6 meses a 1 año).
- ✚ A mediano plazo (1 a 5 años).
- ✚ A largo plazo (5 a 10 años).

Ventajas competitivas:

Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial

Lo cual:

Garantiza su aceptación en el mercado.

Distingos competitivos:

Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa.

Que le dan:

Imagen a la misma y que inclinarían las preferencias del consumidor.

Referencia:

Universidad del sureste (UDS), antología “Taller del Emprendedor”, pág.: 08-63 2025.

Pichucalco, Chiapas.