



**Nombre de alumno:** Aline de la Luz  
Oseguera Pérez

**Nombre del profesor:** Luz Elena Cervantes  
Monroy

**Nombre del trabajo:** Supernota

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia:** Taller del emprendedor

**Grado:** Noveno cuatrimestre

**Grupo:** LPS19SSC1022-A

Comitán de Domínguez, Chiapas a 26 de mayo de 2025

# UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN

---

## AL EMPRENDEDURISMO

---

### UN PLAN DE NEGOCIOS



UN PLAN DE NEGOCIO ES UNA HERRAMIENTA QUE PERMITE AL EMPRENDEDOR REALIZAR UN PROCESO DE PLANEACIÓN QUE LE COADYUDE A SELECCIONAR EL CAMINO ADECUADO PARA EL LOGRO DE SUS METAS Y OBJETIVOS

### 1.1. 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 CÓMO ALGUIEN QUE SE AVENTURA EN UNA NUEVA ACTIVIDAD DE NEGOCIOS

#### DRUCKER (1989)

LO CLASIFICA COMO "UN BUEN ADMINISTRADOR"

#### SIROPOLIS (1990)

"LA PERSONA QUE HACE NEGOCIOS EXITOSOS QUE DESARROLLA NUEVAS IDEAS O NUEVAS FORMAS DE ENFOCAR EL MERCADO"

#### De acuerdo con John Kao (1989):

EL EMPRENDEDOR POSEE ESTAS

CARACTERÍSTICAS:

- COMPROMISO TOTAL, DETERMINACIÓN Y PERSEVERANCIA
- CAPACIDAD PARA ALCANZAR METAS.
- INICIATIVA Y RESPONSABILIDAD
- REALISMO
- AUTOCONFIANZA
- CONTROL INTERNO ALTO
- TOLERANCIA AL CAMBIO

### 1.2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

EMPRENDER ES UNA ACTIVIDAD DE NEGOCIOS QUE CONSISTE EN UNA INTERSECCIÓN DE LAS SIGUIENTES CONDUCTAS:

- CREACIÓN: ESTABLECIMIENTO DE UNA NUEVA IDEA
- ADMINISTRACIÓN GENERAL: DIRECCIÓN APROPIADA PARA LA UTILIZACIÓN DE RECURSOS
- INNOVACIÓN: GENERACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

- 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.

### 1.3. TIPOS DE EMPRENDEDORES

- **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:** 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.



# UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN

---

## AL EMPRENDEDURISMO

---

### 1.5. CREATIVIDAD Y TÉRMINOS AFINES



LA CREATIVIDAD ES UN PROCESO MENTAL QUE CONSISTE EN LA CAPACIDAD DE 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 OBJETOS INNOVADORES QUE PUEDAN, DE ALGUNA MANERA, TRASCENDER O TRANSFORMAR LA REALIDAD PRESENTE DEL INDIVIDUO

### 1.6. EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

ES IMPORTANTE SABER DE DONDE SURGE LA CREATIVIDAD. ES AMPLIAMENTE CONOCIDO QUE EN NUESTRO CEREBRO HAY DOS HEMISFERIOS: IZQUIERDO Y DERECHO. CADA UNO AYUDA A DESARROLLAR UNA CIERTA PARTE DE CREATIVIDAD QUE EL INDIVIDUO NECESITA. LO FUNDAMENTAL ES CONTAR CON LA HABILIDAD NECESARIA PARA UTILIZAR AMBOS HEMISFERIOS



#### HEMISFERIO IZQUIERDO

LÓGICA, RAZONAMIENTO, LENGUAJE, NÚMEROS, ANÁLISIS, PENSAMIENTO LINEAL, PENSAMIENTO DIGITAL, PENSAMIENTO CONCRETO

#### HEMISFERIO DERECHO

RITMO, MÚSICA, IMAGINACIÓN, IMÁGENES, COLOR, RECONOCIMIENTO DE FORMAS, ENSOÑACIONES, PENSAMIENTO ABSTRACTO.

LAS PERSONAS CAPACES DE USAR ALTERNADAMENTE LOS DOS LADOS DEL CEREBRO TIENEN UNA MAYOR POSIBILIDAD DE REALIZAR INVENTOS CREATIVOS Y DE ALTO VALOR AGREGADO.

### 1.7. TIPOS DE CREATIVIDAD

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

EN EL PRIMER CASO ES LA QUE ACTÚA EN EL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN EN EL DESCUBRIMIENTO CIENTÍFICO, SE PLASMA EN LA GENÉTICA, LA PSICOLOGÍA, LA BIOLOGÍA Y LA QUÍMICA, ENTRE OTRAS

LA CREATIVIDAD ARTÍSTICA SE APLICA EN LAS ARTES, COMO LA NARRATIVA Y LA POESÍA, EL TEATRO, LA PINTURA Y LA ESCULTURA

Ahora bien, de acuerdo con la psicología, hay dos tipos de creatividad: la ordinaria y la excepcional

LA ORDINARIA APARECE EN INDIVIDUOS COMUNES, EN SITUACIONES NORMALES DE LA VIDA

LA EXCEPCIONAL ROMPE PARADIGMAS Y GENERA CAMBIOS RELEVANTES Y TRASCENDENTES DE LA VIDA DE LOS HOMBRES.



# UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN

---

## AL EMPRENDEDURISMO

---

### 1.8. EQUIPO DE TRABAJO



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 PLAN COMUNES, ADEMÁS DE COMPARTIR RESPONSABILIDADES

#### ALGUNOS AUTORES SEÑALAN QUE PARA LOGRAR EL DESEMPEÑO ADECUADO ES NECESARIO CUMPLIR CON ALGUNAS CONDICIONES:

- LOS MIEMBROS DEL EQUIPO DEBEN TENER PRESENTE UN OBJETIVO COMÚN.
- DEBEN TENER COMPETENCIAS DIVERSAS, A FIN DE QUE SE COMPLEMENTEN.
- TODAS LAS ACTIVIDADES DEBEN ESTAR ESTRUCTURADAS, PLANEADAS Y BIEN DEFINIDAS.
- ES NECESARIO QUE EXISTA UN LIDERAZGO.
- ES IMPORTANTE QUE HAYA MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN Y CONTROL EN EL EQUIPO.



- LAS TAREAS DEBEN REPARTIRSE CON EQUIDAD ENTRE LOS INTEGRANTES
- ES INDISPENSABLE QUE EXISTA UNA ÓPTIMA COMUNICACIÓN ENTRE TODOS LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO.
- EL TRABAJO EN EQUIPO HA GANADO IMPORTANCIA DENTRO DE LAS EMPRESAS

#### Un equipo efectivo

UN EQUIPO EFECTIVO ES ALGO MÁS QUE UN SIMPLE GRUPO DE INDIVIDUOS CUYA COORDINACIÓN DE ESFUERZOS ES BUENA. CONSTITUIR UN GRUPO DE ALTO DESEMPEÑO, O ALTAMENTE EFECTIVO, REQUIERE DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS QUE LES PERMITAN ALCANZAR RESULTADOS DE EXCELENCIA

### 1.9. CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

1. LIDERAZGO PARTICIPATIVO QUE FOMENTE LA INTERFERENCIA ENTRE LOS MIEMBROS.
2. RESPONSABILIDAD COMPARTIDA QUE PERMITA A TODOS LOS INDIVIDUOS INVOLUCRARSE.
3. UNA COMUNIDAD DE PROPÓSITO, ES DECIR, LOS INTEGRANTES CONOCEN CUAL ES SU RAZÓN
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.
6. CONCENTRACIÓN EN LAS TAREAS QUE SE ACUERDAN EN LAS REUNIONES PERIÓDICAS DE PLANEACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN
7. RESPUESTA RÁPIDA Y PROACTIVA

### ¿POR QUÉ FRACASAN LOS EQUIPOS DE TRABAJO?



SEGÚN LA LITERATURA, LAS PRINCIPALES CAUSAS DEL FRACASO DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO 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.
- EL LIDERAZGO RÍGIDO O INEXISTENTE QUE NO SE ADAPTA A LAS ETAPAS Y CARACTERÍSTICAS DEL EQUIPO.
- DESINTERÉS POR LA INDIVIDUALIDAD Y, EN CONSECUENCIA, FALTA DE COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN.

# UNIDAD 2: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una idea original es aquella que tiene la fuerza de impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la 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 o no.

Las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.



## 2.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. La propuesta de valor es una oferta total de marca, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios, por que al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.



## 2.2. Generación de ideas

Una forma para iniciar con la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn proponer para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto?, ¿donde puede hacerse? ¿cuando debería hacerse? ¿Cómo se hace?

Ahora bien, si además de una fuerte ventaja competitiva se reúnen otras de topo estratégico, como pudiera ser la de disponer de un local en una zona clave del cliente y un excelente plan de negocios, las posibilidades de salir adelante con éxito son bastante elevadas.



## 2.3. Modelo de negocio

Un modelo de negocio describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. 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 sea útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman.



# Unidad 2

## 2.4. Características de los modelos de negocios

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 los demás

### 2.4.1. Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrán las mismas ganancias. Por tanto, aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son: ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control.

### 2.4.2. Innovación y diferenciación

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado



## 2.5. Elementos de los modelos de negocios

### Propuesta de valor

Esta 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



1

### Segmento de mercado

Es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo en los distintos segmentos del mercado qué tienen diferentes necesidades. En ocasiones el potencial de un producto solo se aprovecha cuando se dirige a un nuevo segmento de mercado que resulta ser más adecuado.

2

### 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

3

### Generación de ingresos y ganancias

Forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), El costo se ma estructura y los márgenes de ganancia.

4

### 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.

5

### 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.

6

# ✦ Unidad 2 ✦



## 2.6. NATURALEZA DEL PROYECTO

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuales son los objetivos de crearlo, cual es la misión que persigue y por qué considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición es la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio

## 2.7. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

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



## 2.8. PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

**Propuesta de valor:**  
Ya que tiene claro cual es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar la propuesta del 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.

## NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas, el nombre de la empresa debe ser: descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo y agradable.



## 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
- INDUSTRIAL
- SERVICIOS

## UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.  
El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos del gobierno, por ejemplo, en México, la Secretaría de Economía (SE)



## UNIDAD 2

### 2.9. ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS

# De la empresa



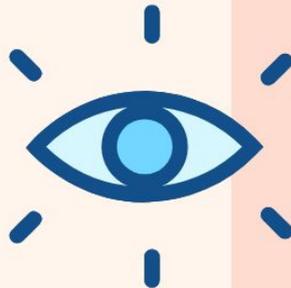
### Análisis FODA

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, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

### Misión de la empresa

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. Debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad:

- Amplia
- Motivadora
- Congruente



### Visión de la empresa

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una decisión 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. La palabra visión viene del latín "visto", entonces la visión es la acción de ver al futuro.

### Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad. En los objetivos, los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.



### Ventajas competitivas

Son peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado, por lo general estas características son aspectos que hacen "únicos" a los productos y/o servicios de la empresa, en comparación con otros ya existentes en el mercado.