**CAPITULO 1**

1. **¿El emprendedor nace o se hace?**

Existen muchas teorías acerca de si el emprendedor nace o se hace, sin embargo, es posible que sea un poco de lo primero y mucho de lo segun­do. Es decir, el emprendedor puede nacer con algunas cualidades y ca­pacidades personales que lo ayuden en los emprendimientos que reali­ce, pero es más seguro que pueda “aprender a emprender” si eso es lo que busca para su vida y su futuro.

Todas las personas pueden tener el emprendimiento como algo dentro de sí, que falta explotar, justamente porque no hay el valor suficiente para hacerlo. Entonces, la mayoría prefiere quedarse en su “zona de confort” antes de emprender algo nuevo que no saben cómo resultará.

Sin em­bargo, cuando la gente dice que no es emprendedora o creativa, no esta en lo correcto porque puede aprender a serlo, todo está en la motivación que tenga para ello. Y no hablamos solo de emprender algo propio. También se puede ser emprendedor en el trabajo en el que estamos, dando iniciativas, teniendo buenos proyectos, inno­vando permanentemente, etc. Lo importante es tratar de renovarnos siempre, formando una cultura em­prendedora en diferentes áreas.

1. **¿Soy un emprendedor?**

Me considero emprendedor ya que siempre me encuentro con las ganas de hacer cosas nuevas y tratar de crear nuevos negocios. Me gusta hacer cosas diferentes y fuera de lo habitual o mejorar cosas que ya existen; darles un nuevo sentido o uso.

1. **¿Cuántos tipos de emprendedor existen?**

Según Schollhammer los emprendedores se dividen en cinco según su personalidad:

* Emprendedor administrativo: es el que usa la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
* Emprendedor oportunista: busca las oportunidades constantemente y se mantiene alerta ante las posibilidades.
* Emprendedor adquisitivo: se mantiene continuamente innovando lo que le permite crecer y mejorar en lo que hace.
* Emprendedor incubador: al preferir la autonomía crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
* Emprendedor imitador: genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes mediante la mejora de ellos.

1. **¿Cuáles son las ventajas de emprender?**

Ser emprendedor tiene varias ventajas entre ellas: autonomía, satisfacción personal, selección del personal, trabajar en lo que te gusta, aspiración a mayores ingresos entre otras.

1. **¿Cuáles son las desventajas de emprender?**

Riesgo económico, incertidumbre, mayor inversión de tiempo, inseguridad económica ya que al no tener un piso (sueldo fijo) al principio es una desventaja, pasar demasiado tiempo involucrado en el proyecto y olvidarse de la familia, amigos, etc.

1. **¿Cuáles son las características de los emprendedores?**

* Iniciativa personal
* Compromiso
* Determinación y perseverancia
* Capacidad para alcanzar metas
* Orientación hacia la oportunidad
* Optimista
* Enérgico
* Trabajadores
* Creatividad
* Imaginación
* Innovación
* Liderazgo
* Autoconfianza
* Aceptación del riesgo
* Autodisciplina
* Responsabilidad
* Espíritu investigador e innovador
* Perseverancia
* Autonomía
* Necesidad de logro
* Necesidad de reconocimiento
* Necesidad de desarrollo personal
* Baja necesidad de poder y status
* Necesidad de independencia
* Versatilidad/flexible
* Toma de riesgos calculados

1. **¿Todos somos emprendedores?**

No todos somos emprendedores, ya que el emprendedor es un individuo dispuesto a tomar riesgos y a asumir sus propias ganancias y pérdidas, también es aquel que huye de las rutinas y se caracteriza por su capacidad de crear e innovar o hacer cosas diferentes para mejor lo existente. No todas las personas tienen las características de los emprendedores.

1. ¿**Cuál es la clave para emprender con éxito?**

* Lo primero que se debe hacer es identificar nuestros gustos y preferencias para saber si nos gusta el proyecto en el que nos vamos a involucrar. Para que un emprendedor tenga éxito debe trabajar en un proyecto que el agrade.
* Después se deben identificar los deseos y metas a alcanzar.
* Eliminar los mitos y barreras que se pone uno mismo para emprender, como, por ejemplo:
* Obstáculos económicos: ej: falta de dinero.
* Barreras psicológica: ej: tenerle miedo al fracaso.
* Obstáculos culturales: ej: patrones familiares esperados -> “padre carpintero, hijo carpintero”.
* También es muy importante desarrollar un plan de negocio, ya que no basta solo con querer emprender, sino que se debe realizar una planeación al respecto para poder cumplir con los objetivos esperados.
* Y por último, el emprendedor debe hacer todo lo que se requiera para realizar con éxito la idea, hay que pasar del dicho al hecho.

**CAPITULO 2**

1. **¿Todos somos creativos?**

La creatividad no es un don que sólo algunos posean, es una facultad que los seres humanos pueden desarrollar a conciencia y que deben conocer y practicar para explotarla a su máximo.

Cualidades de personas creativas:

* Arriesgarse, sin temer al ridículo o al fracaso.
* Buscar siempre la excelencia en lo que se hace.
* Encontrar soluciones diferentes a un mismo problema.
* Tener la costumbre de buscar información cuando haga falta.
* No descartar ideas sin haberlas analizado con detenimiento.
* No criticar las ideas de los demás.
* Cuando se falle en una primera ocasión, volver a intentarlo.
* No esperar a que los demás actúen.
* Interesarse por diversos temas, aunque estén fuera de nuestra especialidad.
* Rodearse de personas optimistas y creativas.
* Permitirse soñar. Los minutos previos a la hora de dormir son un buen momento para explorar posibilidades.
* Dejar de depender de la estructura extrema, en especial cuando se buscan opciones de solución a problemas determinados.
* Divertirse lo más que pueda durante el proceso, así dará libertad al pensamiento.
* Mantener una elevada autoestima.
* Utilizar rutinas diferentes; romper paradigmas.

1. **¿Cuáles son las razones o excusas (barreras) para no innovar?**

Existen diversos bloqueos que inhiben la creatividad, entre otros:

Bloqueos personales:

* De índole mental, cuando no se tiene la capacidad para ver los problemas y, en consecuencia, no se les busca solución.
* De tipo emocional, que incluyen miedo a las burlas, fracaso, conformismo, pensar que todo ya está inventado, creer que se requieren muchos recursos, etcétera.

Bloqueos sociales (también llamados *obstáculos culturales*):

* Cuando el círculo íntimo de esa persona no le da lugar a expresar sus ideas ni llevarlas a cabo.
* Cuando existen maestros que no dan la oportunidad a los alumnos de efectuar cambios, lo cual transforma a las personas en seres que siempre actúan igual o que sólo esperan indicaciones.

1. **¿Cuáles de esas barreras le afectan a la mayoría de las personas?**

Entre los elementos que entorpecen (obstruyen) la creatividad se encuentra:

* Miedo al equívoco (temor al ridículo).
* Miedo al cambio (a lo desconocido).
* Querer mantener una imagen y no arriesgarse a perderla.
* Presión de tiempo para obtener resultados.
* Falta de estímulo para aplicar la creatividad.
* Tendencia a la rutina.
* Pereza, falta de energía (quizá producto de la falta de estímulo o  de la rutina).
* Experiencia (seguir con lo que antes ha funcionado, aunque no  se haga más; ir “a lo seguro”).
* Cultura y educación. Crecer en un ambiente que no fomente ni  aprecie la creatividad.
* Apego a los convencionalismos (paradigmas establecidos).

1. **¿Cómo incrementar la creatividad?**

En primero lugar se debe llevar a cabo el proceso creativo con el fin de buscar soluciones a los problemas, e incluye los siguientes pasos:

1. Determinar el problema.
2. Buscar opciones alternas de solución.
3. Evaluar las diferentes opciones.
4. Elegir la mejor opción.
5. Aplicar la solución elegida.

Una vez llevado a cabo el proceso creativo, se debe desarrollar la creatividad. Algunas de esas técnicas son:

* El uso de analogías: consiste en buscar parecido a una cosa con otra; por ejemplo, una letra ele puede convertirse en una escuadra, en una pistola, etc.
* El uso de los seis sombreros para pensar de Edward de Bono: consiste en un método de solución de problemas en el que, según el sombrero en turno, se toma una postura diferente para visualizar y evaluar el caso, lo cual genera diversas soluciones posibles.
* Dibujar e inventar historias a partir de una palabra, un conjunto de ellas o un contexto dado.
* Realizar una lluvia de ideas acerca de un tema particular.
* Llevar a cabo ejercicios de flexibilidad y fluidez. Por ejemplo, relacionar palabras o enumerar lo más rápido posible todas las que inicien con determinada letra, etc.

1. **¿Qué relación tienen la creatividad y los proyectos emprendedores?**

El emprendedor tiene que usar la creatividad para dar origen al producto o servicio en el que sustentará el desarrollo de su empresa, así como para hacerla crecer y perdurar.

Por medio de la creatividad, el emprendedor debe analizar y ver nuevas posibilidades en todo lo que está alrededor; la creatividad permite ver más allá de lo que rodea a uno y tomar soluciones distintas.

1. **¿Cuál es la diferencia entre innovar y crear?**

La palabra creatividad deriva del latín creare, que significa “dar origen a algo nuevo”, es decir, hacer algo que no había.

Por otro lado, cuando hablamos de innovación nos referimos a un cambio en algo ya existente, una modificación que le añada particularidades que no tenía o que mejore sus características de funcionamiento o eficiencia.

1. **¿Por qué se confunde el término “artista” con “creativo”?**

Sucede a menudo que algunas personas no se consideran creativas, ya que asocian el término con obras de arte o descubrimientos tecnológicos.

Y se considera que es una persona creativa todo aquel con capacidad de crear algo nuevo. Aquel que da existencia a algo nuevo, diferente, único y original.

1. **En general, ¿se podría decir que un emprendedor exitoso se distingue por su creatividad?**

Si, ya que un emprendedor exitoso tiene la facultad de crear ideas u objetos nuevos y socialmente valorados. Los mismos transforman ideas e imágenes en hechos concretos.

Los emprendedores exitosos cuentan con una habilidad para adaptar a cualquier situación el recurso que tengan disponible con el fin de alcanzar objetivos.

Es aquel que explota toda oportunidad que se le aparece en el camino.

**CAPITULO 3:**

1. **¿Qué es trabajar en equipo?**

El hombre necesita de otros individuos para crecer y desarrollarse, es por esto que dentro de una empresa se forman equipos de trabajos con el fin de alcanzar metas en común.

Un equipo es un conjunto de personas con capacidades complementarias, quienes contribuyen con sus talentos y energía al trabajo trabajando en interdependencia, con el fin de lograr el mejor desempeño posible para el objetivo que tienen en común.

1. **¿Existe diferencia entre trabajo de equipo y de grupo?**

Cuando hablamos de grupos y equipos, nos referimos a dos modelos que sirven para distintos proyectos organizacionales. Cada modelo sirve para determinados propósitos y según determinados recursos que posea la organización.  
Un [grupo de trabajo](http://www.losrecursoshumanos.com/introduccion-a-los-grupos-de-trabajo/) son dos o más individuos que trabajan en forma independiente para alcanzar un objetivo global y pueden o no trabajar uno al lado del otro en el mismo departamento. En los grupos de trabajo cada persona responde individualmente. En el grupo de trabajo cada persona puede tener una manera particular de funcionar.

Un **equipo de trabajo** es un pequeño grupo de personas con habilidades complementarias que están comprometidos con un objetivo en común. Los miembros tienen **habilidades y competencias** que complementan el propósito del equipo.

En el trabajo de equipo se responde en conjunto por el trabajo realizado. En el equipo es necesaria la coordinación, lo que va a exigir establecer unos estándares comunes de actuación (rapidez de respuesta, eficacia, precisión, dedicación, etc.).

1. **¿Cuáles son las ventajas del trabajo en equipo?**

El trabajo en equipo ha ganado importancia dentro de las empresas, donde poco a poco se ha vuelto una necesidad debido a las exigencias de calidad, eficacia y competividad.

Para alcanzar el éxito de la empresa se debe de cualidades que un solo individuo difícilmente las tiene, es por eso que las empresas de hoy en día precisas una mayor interacción entre las personas, lo cual se logra mediante cooperación de las partes.

Ventajas:

* División de tareas: permite desarrollar investigaciones y proyectos más completos ya que al dividir las tareas se distribuye la carga.
* Amplitud de la información: al integrar conocimientos y capacidades se contará con información más diversa.
* Coordinación de esfuerzos: por parte de cada miembro para lograr resultados.
* Diversidad: cada integrante tiene distintas competencias las cuales se combinan para lograr mejores resultados.
* Los individuos se involucran en los resultados: por lo que contribuyen positivamente en los labores conjuntos e individuales.
* Compromiso de las partes: para la realización exitosa de los objetivos.

1. **¿Cuáles son las desventajas del trabajo en equipo?**

No todo es positivo cuando se trabaja en equipo.

Desventajas:

* Lentitud: es más lento llegar a una solución debido a los diferentes puntos de vista de cada miembro. Además, se requiere de tiempo para reunir a todo un grupo de personas.
* Integración en el equipo: el proceso de interacción entre el grupo muchas veces resulta ineficiente, o toma tiempo para que exista una buena compenetración entre los integrantes.
* Presiones sociales en el grupo: a veces el trabajo en grupo genera rivalidades, competencia interna, y a veces hasta rechazo de determinada persona sobre el papel que le toca desempeñar.
* Dominio de la discusión: muchas veces uno o varias personas intentan dominar la discusión que se genera en el grupo e imponer liderazgo.
* Equipos que no llegan a integrarse: esto genera que pocos de los miembros participen activamente.

1. **¿Cuáles son los pasos para construir un equipo de trabajo que tenga éxito?**

Para lograr una estructura o formación efectiva de un equipo, éste deberá pasar por una serie de etapas:

* Etapa 1. Formación (individualista): cuando se conforma el grupo, cada integrante tiene una actitud de incertidumbre hacia los demás, por lo cual se crea un ambiente de inseguridad. Cada participante trata de mostrar sus habilidades y fortalezas. Se establece un ambiente de competencia e individualidad.

Es, básicamente, la etapa de presentación de los integrantes.

* Etapa 2. Poder (identificación): en esta etapa los integrantes del equipo comienzan a establecer las metas y a demostrar las competencias de cada uno. Es la etapa de definición de las funciones e inicio de la acción.
* Etapa 3. Regulación (integración):cuando los miembros se conocen e identifican, inicia el verdadero trabajo en equipo; empiezan a ayudarse entre sí, lo cual da principio al establecimiento de reglas.
* Etapa 4. Actuación (resultados): es la etapa del crecimiento, los integrantes se entienden y tienen una misma dirección: conseguir las metas establecidas.

Todos tienen las mismas expectativas y cada uno acepta las virtudes y debilidades de los demás, por lo que se complementan en su quehacer.

1. **¿Cuáles son algunas causas del fracaso del trabajo en equipo?**

Las principales causas de los fracasos en equipo 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 que no se adapta a las etapas y características del equipo y que no se ejerce participativamente por el grupo.
* Desinterés por la individualidad y, en consecuencia, falta de cooperación e integración en las acciones.
* Ausencia de esquemas de seguimiento y control en el trabajo conjunto, lo cual genera falta de participación o desequilibrio en el desempeño del equipo.

1. **¿Cómo debe ser una reunión de trabajo?**

Una reunión es una cita acordada entre un conjunto de personas (en este caso, los miembros del equipo de trabajo) para tratar una serie de temas comunes.

Para que las reuniones sean efectivas, se deben respetar ciertas reglas:

* Con anticipación se debe informar a todos miembros del grupo acerca de la próxima juntada (fecha, duración y temas a tratar).
* Exigir puntualidad para iniciar, terminar y manejar la agenda.
* Todos deben saber quién coordina la reunión, quién la documenta (minuta) y quién lleva el control del tiempo.
* Que la reunión tenga un objetivo, así como tener una agenda de puntos a tratar.
* Tomar el tiempo para introducir y concluir la reunión, a fin de tomar las decisiones sin prisas.
* Evitar los problemas más habituales de las reuniones de trabajo, como invitar a participantes pasivos o dominantes que sólo generan rivalidades; dedicar demasiado tiempo a ciertos temas y muy poco a otros; no respetar la agenda ni tiempos de la reunión, etcétera.

1. **¿Qué problemas aparecen en el trabajo en equipo?**

Un equipo de trabajo está compuesto por personas que quizá no se conozcan desde el principio, por lo que puede generar un conflicto interno producido por la falta o mala comunicación existente entre ellos y por las personalidades.

Muchas veces ocurre que no hay una participación activa ni cooperación entre los miembros del equipo.

A su vez, hay veces que algunos integrantes del equipo no se muestran abiertos a los puntos de vista de los compañeros, es decir, no están dispuestos a recibir y ofrecer críticas constructivas ya que no tienen la mente abierta.

Muchas veces se confunde la discrepancia con agresión.

Otra manera de generar problemas rápidos dentro de un equipo es generar resentimientos entre los mismos al hacer distinciones dentro del equipo.

La impuntualidad también se considera un gran problema, ya que todos los miembros tienen otras tareas, además de las llevadas a cabo en el trabajo en equipo, por realizar. Aquella persona que es impuntual se la considera irrespetuosa y manifiesta falta de interés.

1. **¿Qué importancia tiene la comunicación en el éxito de un equipo de trabajo?**

La comunicación es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, etc., entre dos o más personas a través de un medio.

Es muy importante que haya una buena comunicación entre los miembros del equipo. Para lograr esto, debe haber interés entre las partes (emisor y receptor).

A su vez el emisor debe ser claro, preciso y objetivo al momento de enviar el mensaje para que el mismo se interprete de la manera correcta.

También se debe buscar el momento adecuado para transmitir el mensaje para que no haya problemas al momento de interpretar la información.

**CAPITULO 4**

**1. ¿Qué es una propuesta de valor?**

La propuesta de valor es la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

El objetivo de la propuesta de valor es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de la competencia, y darle a la empresa una posición única y superior en el mercado.

El producto o servicio por sí mismo puede no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

Con una buena propuesta de valor se debe poder contestarle al cliente: ¿Por qué debo comprarle a usted y no a la competencia?

**2. ¿Cuáles son las ventajas de redactar una propuesta de valor?**

Tener una propuesta de valor no solo es beneficiario para el cliente, sino también para la empresa ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro de la compañía, ayuda a elegir los indicadores y necesidades de recursos.

La propuesta de valor es la manera para comenzar a alinear a los empleados y a la dirección, es entender el beneficio que la empresa trata de entregar a sus clientes.

**3. ¿Cómo una propuesta de valor puede hacer que el consumidor prefiera un determinado producto o servicio antes que el de los competidores?**

Ya que al ofrecerle una buena propuesta de valor podemos convencer al cliente acerca de que debe elegir nuestro producto/servicio antes que el de la competencia.

Las cualidades del producto ya sea funcionalidad, calidad, precio debe tener alguna ventaja competitiva para de esta manera convencer al cliente de que el producto que ofrece nuestra compañía es mejor.

**4. ¿Cuáles son las características de una propuesta de valor?**

* Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
* Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
* Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
* Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
* Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
* Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

**5. ¿Qué elementos debe incluir una buena propuesta de valor?**

Cualidades del producto: Se refiere a los beneficios que ofrece el producto: funcionalidad, calidad y precio de dicho producto, entre otras.

Relación con el consumidor: Es la respuesta de los clientes hacia el producto/servicio, es decir, cuán satisfecho queda el cliente y qué aceptación le da al producto; esto implica la percepción que el cliente tiene de su costo-beneficio.

Imagen y prestigio: Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa y le permiten a ésta definirse de manera positiva ante sus clientes.

**6. ¿En qué consiste el éxito de una propuesta de valor?**

Para tener éxito es indispensable que ambos, el consumidor y la empresa, resulten beneficiados en el proceso de producción y venta de bienes y servicios, de ahí la importancia de tener perfectamente establecida la propuesta de valor.

**7. ¿Cuáles son algunas recomendaciones para la redacción de propuestas de valor?**

Algunas de las recomendaciones son:

* Tener alguna diferenciación en el producto/servicio con respecto a la competencia. Que ese producto tenga “algo” diferente a la competencia. Ese “algo” marca la diferenciación del producto.
* Lograr que los clientes perciban que ese producto tiene algo de valor que otros productos no tienen.
* Adelantarse a la competencia: al ser el primero en ofrecer dicho producto, obtiene diferenciación dado que es el único en el mercado.
* Ubicación física: 2 productos pueden diferenciarse ya que uno es de “acceso más rápido”.
* Lograr la diferenciación por la rapidez de la empresa para reparar alguna falla o dar atención, es decir, lograr servicios de valor agregado.
* Alianzas estratégicas con diferentes entidades que complementan la operación.
* Contar con algún tipo de reconocimiento de la marca.
* Mantener bajo el costo, sin sacrificar la calidad

**CAPITULO 5:**

**1. ¿Qué es un modelo de negocio?**

Es la descripción de la forma en que una organización crea, captura y entrega un valor económico o social, 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 y obtención de recursos, entre otros.

El modelo de negocios es una representación clara y concreta de cómo una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes.

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

Funciones esenciales del modelo de negocios:

* Guía las operaciones de una compañía al prever futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
* Atrae a líderes e inversionistas.
* Obliga a los emprendedores a llevar a la realidad sus ideas.

**2. ¿Cuáles son las ventajas al establecer un modelo de negocio?**

Una de las primeras ventajas que te da establecer un modelo de negocio es tener un alto nivel de organización para asegurar que la información fluye sin problemas a través de la empresa.

Otra ventaja significativa es que puede darte una ventaja competitiva sobre otras compañías en tu industria, puede darle a tu compañía una reputación única en el mercado. También la contribución que hace a la sustentabilidad organizacional y la habilidad para sortear las tormentas económicas o las cambiantes condiciones del mercado.  Un modelo de negocios obliga a un empresario a mantenerse al corriente de exactamente cuáles son las utilidades obtenidas cada mes.

**3. ¿Qué información debe reunir el emprendedor para redactar su modelo de negocio?**

Para poder redactar el modelo de negocio el emprendedor tiene que enfocarse en la parte endógena y también exógena de la empresa, para eso 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 (**F**uerzas, **O**portunidades, **D**ebilidades y **A**menazas).

• Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).

• Análisis técnico–operativo.

• Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.

• Análisis financiero.

También es necesario para el emprendedor definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio, ya que el cliente tiene una influencia positiva en el posicionamiento y la rentabilidad de la empresa.

**4. ¿Cuáles son los elementos esenciales de un modelo de negocio?**

* Segmento del mercado:podemos definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesaría llegar. Esto permitirá que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
* 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. Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
* Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

Juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.

* Relación con los consumidores: la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan. Puede incluir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor, entre otras.
* 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.
* Recursos clave: permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por de información, técnicos, humanos y financieros. Incluye: recursos físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
* 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.
* 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.
* 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. Los costos pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios clave. Los costos deben minimizarse en cualquier modelo de negocio, ya sea bajando costos u ofreciendo una propuesta de alto valor que aprecie el cliente.

**5. Considerando su propia idea de proyecto emprendedor (empresa), ¿qué elementos debe incluir en el modelo de negocio, de acuerdo al formato que proponen Osterwalder, Chesbrough y Rosenbloom, o Ramírez?**

Para mi propio proyecto yo utilizaría el formato que ofrece Osterwalder y Pigner ya que creo que esos elementos son esenciales y pueden ayudar mucho a que el modelo de negocio sea útil y completo.

1. Es muy importante hacer una correcta segmentación de mercado para de esta forma poder definir hacia quien va a ir dirigido el producto.
2. Al haber tanta oferta de productos es importante convencer a los clientes de que compren los nuestros y no los de la competencia y para poder lograr esto se le debe agregar valor a nuestros productos y lograr una diferenciación en el mercado.
3. Es muy importante acertar con el precio del producto y saber hasta que precio pagaría el cliente, ya que sino nuestra empresa podría fracasar debido a falta de ventas.
4. Es muy importante tener recursos claves para de esta manera lograr hacer una propuesta de valor. En el caso de mi empresa trataría de hacer una diferenciación física del producto para de esta manera “justificar” la diferencia de precios con la competencia.
5. Los socios son claves en una empresa, ya que sin los mismos la empresa no podría funcionar.

**CAPITULO 6:**

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

1. El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen a la empresa. Es muy importante tratar de crear algo que NO esté disponible en el mercado, lograr satisfacer necesidades o problemas que aun nadie hay podido satisfacer.
2. 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. Algunos de estos criterios son: nivel de innovación, mercado potencial, conocimiento técnico, requerimiento de capital, barreras de entrada, costo del producto, etc.
3. Se debe puntuar a cada criterio (ej del 1-5 donde 5 implica la mayor satisfacción con el criterio evaluado) y luego hay que sumar los totales de cada idea. Aquella que sume el mayor total es la idea seleccionada.
4. Una vez que se selecciona la idea, es importante definir con mayor detalle en que consiste. Se debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o bien el problema concreto que resuelve.
5. Luego sigue redactar una propuesta de valor, mostrarles a los consumidores en que se diferencia su producto de la competencia, mostrarle a cliente aspectos que motivaran al consumidor a preferirlo -> puede ser precio, calidad, servicio postventa, entre otros.

**Nombre de la empresa:**

Es fundamental el nombre de la empresa, ya que es el sello distintivo de la empresa.

El nombre de la empresa debe ser:

* Descriptivo: la denominación de la misma deberá reflejar las características distintivas de la empresa.
* Original: la ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo, no puede ya existir en el mercado.
* Atractivo: debe ser llamativo y fácil de recordar.
* Claro y simple: que se escriba como pronuncia y viceversa.
* Significativo: que se pueda asociar con formas o significados positivos.
* Agradable: de buen gusto, que no implique dobles sentidos o términos vulgares.

**Descripción de la empresa:**

El giro de una empresa es su objetivo u ocupación principal. Se pueden clasificar en:

* Comercial: se dedica a la compra venta de un producto.
* Industrial: cualquier empresa de producción.
* De servicios: empresas que ofrecen un producto intangible.

**Ubicación y tamaño de la empresa:**

La ubicación de una empresa es de suma importancia porque de ella depende el éxito de la empresa.

**Análisis FODA:**

Es un diagnostico que facilita la toma de decisiones.

**F**ortalezas: todos los aspectos con los que cuenta la empresa y que la coloca por encima del resto.

**O**portunidades: todos los aspectos favorables para la empresa.

**D**ebilidades: todas las áreas de oportunidad para mejorar/o complementar.

**A**menazas: aspectos que atentan o que pueden ir en contra del desarrollo de la empresa.

Las **fortalezas y debilidades** son internas, están bajo el control del emprendedor.

Las **oportunidades y amenazas** son variables externas difíciles de modificar, pero son predecibles por lo que en cierto punto se pueden prevenir.

Para redactar la lista de **fortalezas y debilidades**, es necesario pensar en aspectos como la experiencia que se pueda tener en el área en la que se piensa incursionar, además de los recursos con los que cuenta, por ejemplo, humanos, financieros, tecno- lógicos o de tiempo.

En cuanto a las **oportunidades y amenazas**, es necesario observar aspectos como: las barreras de entrada y de salida, las tendencias sociales, culturales y económicas, además de los competidores actuales.

Después del análisis, es tarea del emprendedor utilizar esa información para planear acciones que conviertan las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades.

**Misión de la empresa:**

Es la razón, propósito o motivo por el cual existe la empresa, y por lo tanto, guía sus actividades.

La misión debe tener características que le permitan permanecer en el tiempo: alta calidad en los productos y servicios, mantener una filosofía de mejoramiento continuo, innovaciones en los productos (larga duración, variedad, garantía, sencillez de uso, etc.).

La misión debe ser:

* Amplia: dentro de una línea de productos, pero con posibilidad de expansión a otros artículos similares.
* Motivadora: debe inspirar a quienes trabajan en la empresa, pero tampoco debe percibirse como inalcanzable.
* Congruente: debe reflejar los valores de la empresa, así como las personas que la dirigen y que trabajan en ella.

Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:

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

**Visión de la empresa:**

Es una declaración hacia dónde quiere ir la empresa y ayuda al emprendedor a establecer el rumbo de la misma.

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 visión debe ser:

* Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
* Clara y entendible.
* Factible o alcanzable.
* Realista.
* Alienada con la misión y los valores de la empresa.

**Objetivos de la empresa:**

Son los puntos intermedios de la misión. Ayuda a acercar el proyecto a la realidad.

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa, y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área de la empresa.

En función del tiempo en el que los objetivos se deben cumplir se subdividen en objetivos de corto (6 meses a 1 año), mediano (1 a5 años) y largo plazo (5 a 10 años).

**Ventajas competitivas:**

Características del producto o servicio que lo hacen especial, lo que ayuda a la aceptación en el mercado. Generalmente estas características son aspectos que hacen “únicos” al producto o servicio de la empresa, en comparación a otros ya existentes en el mercado.

**Distingos competitivos:**

Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa que le dan una imagen a la empresa. Normalmente son cosas que ya existen en el mercado, pero a los que la empresa les da una atención especial. Ej: servicio postventa, garantía, sistema de distribución.