



Taller de Enseñanza como Facilitación y Diseño

Estudio de Caso

Emprendimiento

Descripción del curso

Muchas personas consideran atractiva la idea de comenzar un negocio. Este curso es una introducción de los diversos aspectos requeridos para crear una nueva empresa de manera exitosa. Sin embargo, esto solo es un punto de partida. El resultado de este curso no será un plan de negocios que esté investigado a fondo y listo para su implementación. El esfuerzo requerido para alcanzar dicho objetivo tomaría varios meses del tiempo de un posible emprendedor. Más bien, este curso le entregará al estudiante una idea de lo que significa ser un emprendedor y si el papel de emprendedor pueda ser de su interés.

El ciclo de vida de una empresa nueva desde el punto de vista de inventores, ingenieros o inversionistas incluye asuntos relacionados con la planificación, el manejo de asuntos legales y de impuestos, oportunidades financieras en distintas etapas y fuentes de asistencia técnica. El curso también revisa la creatividad en empresas nuevas y el análisis creativo de brechas.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar el curso, los estudiantes podrán:

- Aplicar el proceso de emprendimiento
- Analizar la factibilidad del concepto de un negocio nuevo
- Evaluar sus propias tendencias y habilidades para el emprendimiento
- Proponer diferentes ideas de productos o servicios nuevos e innovadores
- Usar una variedad de pruebas de factibilidad, evaluar y elegir conceptos de posibles negocios nuevos para estudio adicional
- Realizar grupos focales (*o focus groups*), encuestas, y otros métodos para investigar la reacción del cliente ante los diversos conceptos de negocios nuevos
- Realizar una variedad de actividades de investigación secundarias para analizar la competencia, las tendencias de mercado, las estructuras de la industria y otros asuntos correspondientes a conceptos de negocios nuevos específicos
- Examinar y analizar asuntos relacionados con la protección de propiedad intelectual para conceptos de productos nuevos específicos (por ejemplo, búsquedas de patentes y nombres comerciales)
- Crear ítems promocionales relacionados con los conceptos de productos nuevos específicos (por ejemplo, temas de publicidad, eslóganes, etc.)
- Investigar requisitos regulatorios estatales y federales para industrias específicas por medio de agencias relevantes



Taller de Enseñanza como Facilitación y Diseño

- Describir cómo investigar alternativas de financiamiento para conceptos de negocios nuevos específicos

Alcance de tareas

Este curso utiliza diversos tipos de tareas para explorar los temas de emprendimiento, incluyendo lecturas, tanto en línea como textos impresos tareas individuales con presentaciones flash y java, investigaciones en línea, tareas de escritura, ejercicios de autoevaluación y proyectos grupales de discusiones e investigación colaborativa y formulación de ideas.

Recursos requeridos

Kuratko, Donald F. y Richard M. Hodgetts, *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, Fifth Edition, South-Western, 2001 ISBN 0-03-019604-3

Resumen del curso

Módulos/temas

Módulo 1: El proceso de emprendimiento

- La comparación del perfil personal con el de un emprendedor típico
- Una encuesta y un informe de la selección de recursos en línea para emprendedores
- La evaluación del negocio exitoso de un emprendedor famoso
- La determinación de la base para un negocio nuevo con sus compañeros de estudio

Módulo 2: Lluvia de ideas, innovación y creatividad

- El uso del pensamiento creativo para potenciar el éxito de un negocio nuevo
- El uso del proceso de lluvia de ideas para generar ideas nuevas
- La descripción de diversos tipos de pruebas de factibilidad utilizadas para evaluar productos y servicios nuevos
- La aplicación de pruebas de factibilidad de un negocio nuevo con sus compañeros de estudio
- El uso de segmentación de mercado para evaluar las necesidades de los consumidores
- El uso de técnicas de segmentación de mercado para identificar un mercado objetivo ideal para el negocio nuevo del grupo
- El uso de entrevistas personales, grupos focales y encuestas escritas para evaluar las reacciones del consumidor al producto o servicio nuevo del grupo

Módulo 3: Emprendimiento

- Los componentes principales de un plan de negocios
- La descripción de un plan de negocios bien redactado puede contribuir al éxito de un negocio nuevo
- La realización de un análisis de perfil competitivo para comparar las fortalezas y debilidades de sus competidores
- La creación de un mapa perceptual que posiciona su producto y el producto de sus competidores frente a dos criterios competitivos
- El desarrollo de una cadena de suministro que muestra todas las organizaciones con las cuales su empresa trabaja estrechamente



Taller de Enseñanza como Facilitación y Diseño

- La importancia de las organizaciones de la industria para negocios nuevos
- La identificación de barreras de entrada para un negocio nuevo y descripción de métodos para superar dichas barreras
- El cómo pueden usarse las barreras de entrada para evitar que los competidores entren a su mercado

Módulo 4: Desarrollo e inicio del plan

- Los beneficios de diferentes tipos de medios de publicidad
- La importancia de la propiedad intelectual (patentes, marcas registradas y propiedad intelectual) en el éxito de un negocio nuevo
- La búsqueda de patente básica
- La explicación de diferencias entre ubicaciones de negocio minorista (*retail*) y mayorista (*no-retail*)
- El análisis de una posible ubicación de un negocio para establecer su idoneidad para un negocio nuevo
- Los diferentes requerimientos regulatorios que afectan a las empresas a niveles federales, estatales o provinciales y locales
- Los requerimientos regulatorios específicos que un negocio nuevo enfrentará en su zona de residencia

Módulo 5: El lanzamiento: estructuración, fuentes de capital

- Los diferentes tipos de estrategias de precios utilizados para establecer el precio de venta unitaria del producto o servicio nuevo
- Los diferentes tipos de análisis financiero utilizados para evaluar negocios nuevos
- La realización de un análisis de equilibrio de un negocio nuevo
- Las ventajas y las desventajas de diversos tipos de estructuras de negocios
- Las diferencias entre financiamiento de deudas y financiamiento de capital
- El desarrollo de un plan de financiamiento básico para un negocio nuevo
- La explicación de ventajas y desventajas de cinco estrategias distintas de comercialización
- El desarrollo de una estrategia de comercialización básica para un negocio nuevo