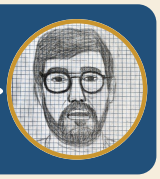
UNIDAD 2

El emprendimiento

ESQUEMA VISUAL • Empresa y Diseño de Modelos de Negocio • 2.º Bach.

De la idea al modelo de negocio, y del modelo al plan de empresa.



1 Emprender

Emprendimiento: detectar y explotar **oportunidades**, movilizando recursos y **asumiendo riesgo**.

EMPRENDEDOR
Pone en marcha un proyecto **propio**.
Dos amigas que abren una marca de ropa.

INTRAEMPRENDEDOR
Emprende **dentro** de una organización que ya existe.
Una empleada que lanza una nueva línea de negocio en su empresa.

Por qué se emprende

Por oportunidad se ve un hueco en el mercado y se quiere aprovechar.

Por necesidad no se encuentra otra salida laboral.

El perfil emprendedor

iniciativa · creatividad · perseverancia · tolerancia al riesgo · liderazgo · olfato para la oportunidad

2 De la idea a la oportunidad de negocio

MUCHAS IDEAS

1. **¿Resuelve un problema real?** alguien lo sufre hoy y lo quiere solucionar
2. **¿Hay clientes identificables y alcanzables?**
3. **¿Pagarían por la solución?**

→ **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

Ejemplo. *Táperes caseros para universitarios:* (1) no tienen tiempo de cocinar; (2) se concentran en el campus y en las redes; (3) ya pagan por comida rápida.



AVISO
Una oportunidad se justifica por el **problema** y por el **cliente**. Que la idea te guste a ti deja las tres preguntas sin responder.

3 El modelo de negocio y el lienzo Canvas (Osterwalder y Pigneur)

Modelo de negocio: lógica con la que una organización **crea, entrega y captura valor**. El lienzo Canvas lo dibuja en **nueve bloques** y en una sola página.

CÓMO LO HAGO POSIBLE → costes		QUÉ OFRECZO	PARA QUIÉN → ingresos	
8 Socios clave ¿Quién me ayuda? *proveedores y franquiciados*	**7 Actividades clave** ¿Qué debo hacer muy bien? *servir igual y rápido*	**2 Propuesta de valor** ¿Qué problema resuelvo y por qué me eligen a mí? *comer lo mismo, igual de rápido y al mismo precio en cualquier ciudad*	**4 Relación con clientes** ¿Cómo los trato y los fidelizo? *autoservicio rápido*	**1 Segmentos de clientes** ¿Para quién creo valor? *el comensal y el franquiciado*
	6 Recursos clave ¿Qué necesito? *la marca y el suelo de los locales*		**3 Canales** ¿Cómo llego hasta ellos? *restaurantes en franquicia*	
9 Estructura de costes ¿Cuánto cuesta que todo esto funcione? *locales, personal y materias primas*			**5 Fuentes de ingresos** ¿Por qué pagan y cómo lo hacen? *cánones y alquileres de los franquiciados*	

Cómo leerlo. Los números marcan el orden de relleno. En negro, la pregunta de cada bloque. *En teja, el McDonald's de Ray Kroc.*



IDEA CLAVE · PRODUCTO Y MODELO DE NEGOCIO SON COSAS DISTINTAS

Dos empresas con el mismo producto pueden ganar dinero de formas opuestas. La música se ha cobrado de todas estas maneras:

por unidad *un disco* · **suscripción** *cuota mensual* · ***freemium*** *gratis con anuncios, de pago sin ellos* · **comisión** *venta de entradas*



4 El análisis DAFO: mirar dentro y fuera antes de lanzarse

	NEGATIVO perjudica	**POSITIVO** ayuda
INTERNO depende de la empresa	**D** Debilidades *«No tenemos capacidad en la fábrica para atender todos los pedidos.»*	**F** Fortalezas *«Hemos desarrollado una innovación para fabricar turrón sin azúcar.»*
EXTERNO viene del entorno	**A** Amenazas *«El mal tiempo ha dejado una cosecha escasa de almendra.»*	**O** Oportunidades *«Las exportaciones de turrón a Asia crecen con fuerza.»*

Ejemplo: empresa familiar de turrones artesanos *gourmet* (PAU Madrid, modelo 2025-26).

5 Clasificar y decidir

Dos preguntas para colocar cada dato

1. ¿Depende de la empresa?

- **Sí**: interno → D o F
- **No**: externo → A u O

2. ¿Ayuda o perjudica?

- **Perjudica**: D o A
- **Ayuda**: F u O

Cruzar casillas para elegir estrategia

F+O	**Ofensiva**	usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades
F+A	**Defensiva**	usar las fortalezas para frenar las amenazas
D+O	**Reorientación**	corregir debilidades para no perder la oportunidad
D+A	**Supervivencia**	reducir debilidades y esquivar las amenazas



PARA EL EXAMEN · PAU MADRID, MODELO 2024-25 (VIDEOJUEGO DE *ESCAPE ROOM* PARA MÓVIL)

hace falta una inversión inicial muy elevada	los videojuegos para móvil están en auge	ya existen otras aplicaciones de *escape room*	contamos con desarrolladores con mucha experiencia
Debilidad	**Oportunidad**	**Amenaza**	**Fortaleza**

6 El plan de empresa: el proyecto completo por escrito

Plan de empresa: documento que describe el negocio, analiza su **viabilidad** y planifica su puesta en marcha. Sirve **por dentro** como guía de los promotores y **por fuera** como carta de presentación ante bancos, inversores y socios.

1. **Resumen ejecutivo** — la idea en una página
2. **La idea y los promotores** — qué problema resuelve y quién lo impulsa
3. **Entorno y mercado** — PESTEL, Porter, DAFO, clientes
4. **Plan de marketing** — producto, precio, distribución, comunicación
5. **Plan de producción** — procesos, costes, proveedores
6. **Organización y RR. HH.** — organigrama y puestos
7. **Forma jurídica** — tipo de empresa y trámites
8. **Plan económico-financiero** — inversión, financiación y viabilidad



CONEXIÓN · EL PLAN DE EMPRESA ES EL ÍNDICE DEL CURSO

Marketing en la **U4**, producción en la **U5**, recursos humanos en la **U6**, financiación e inversión en la **U7** y las cuentas de la **U8** a la **U10**.

✓ Antes del examen, compruebo que sé…

- ☐ Describir el perfil emprendedor y distinguir el intraemprendimiento.
- ☐ Justificar una oportunidad por el problema y por el cliente.
- ☐ Explicar los nueve bloques del Canvas y situar la propuesta de valor.
- ☐ Distinguir producto y modelo de negocio con un ejemplo.
- ☐ Clasificar datos en el DAFO y cruzar casillas para decidir.
- ☐ Enumerar los apartados de un plan de empresa.

✗ Errores que quitan puntos

- ✗ Confundir **debilidad** con **amenaza**. La debilidad está dentro de la empresa; la amenaza llega de fuera.
- ✗ Describir el producto cuando piden el **modelo de negocio**. El modelo explica cómo se gana dinero con él.
- ✗ Rellenar el DAFO y parar ahí. Su utilidad está en **cruzar casillas** y proponer una decisión.
- ✗ Dar la propuesta de valor como una lista de características. Es el **problema que resuelves** al cliente.