

## **ERASMUS +**

KA2 - Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices

KA203 - Strategic Partnerships for higher education

# **Geomarketing como herramienta para emprendedores**

2017-1-IT02-KA203-036955

---

## **O1: Investigación en emprendimiento**

---

### **Resumen Ejecutivo**

This project has been funded with support of the European Erasmus+ Programme. This publication reflects the views only of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Este resumen ejecutivo es la síntesis del Producto Intelectual 1 "Investigación sobre Emprendimiento" producido bajo el proyecto Get Up "Geomarketing como herramienta de Emprendimiento". Se basa en una investigación bibliográfica en profundidad, una descripción detallada de las principales competencias de gestión para emprendedores y una encuesta a los participantes del proyecto.

La publicación considera las necesidades actuales en términos de la promoción de habilidades empresariales eficaces y actualizadas para jóvenes menores de 25 años, personas desempleadas con diploma de bachillerato, graduados y nuevos empresarios sobre cómo convertirse en empresario, implementar ideas de negocios, capacitarlos con el conocimiento y los mecanismos para diseñar sus propios modelos de negocio.

Está compuesto por una introducción, 4 capítulos, conclusiones, referencias y un glosario.

El primer capítulo analiza el espíritu empresarial, explicando varios aspectos relacionados con sus particularidades y su papel social, las características que llevan al éxito o al fracaso, los rasgos de la personalidad claves, cómo convertirse en un empresario eficaz y administrar una empresa familiar, cómo analizar y resolver algunos problemas que puedan presentarse. Ser un empresario proporciona un elevado grado de independencia profesional y un alto grado de satisfacción personal, pero los éxitos empresariales deben gestionarse conjuntamente con los fracasos, o con la sensación de frustración y responsabilidad, aspectos que incluso los profesionales de los negocios no siempre son capaces de soportar. Uno de las cualidades empresariales más importantes a considerar es la capacidad de gestión y la capacidad de compartir los éxitos de una empresa y soportar sus fracasos. Tener la capacidad de alcanzar sus metas y compartir el éxito o sentirse responsable de un fracaso no es una habilidad de la que dispongan todas las personas. Al mismo tiempo, para ser un buen emprendedor, se requiere un alto grado de conocimiento gerencial.

El segundo capítulo, de acuerdo con los objetivos del proyecto, considera los principales aspectos relacionados con el tema de Desarrollo de Negocios. Analiza, en detalle, el rol de un empresario, la importancia de la experiencia empresarial, el impacto del emprendimiento en las decisiones, el rol del plan de negocios y de un análisis de mercado, los aspectos financieros y los resultados organizacionales producidos por las acciones empresariales. El empresario, en su práctica, debe adoptar enfoques innovadores, y al mismo tiempo actuar como un "buen padre de familia" para que su equipo lo siga y apoye en su misión, dirigiendo todos los recursos de la empresa para lograr los resultados esperados. Fuertes habilidades técnicas y personales, junto con la capacidad de cubrir diferentes funciones y roles, son los factores clave de éxito para un empresario, que además habrá de considerar el contexto del mercado que le rodea.

El tercer capítulo analiza el tema de la administración y sus principios para el correcto gobierno de una empresa. En detalle, examina los componentes básicos de una organización, el papel de la coordinación y la motivación, los riesgos de una empresa y los errores empresariales, cómo reconocer las oportunidades, los enfoques de toma de decisiones, cómo mejorar las habilidades sociales y la estructuración para un entorno empresarial. Cualquier problema de gestión en una empresa puede volverse muy complejo y su resolución requiere información, experiencias y habilidades, que rara vez son exclusivas de una sola persona. De ahí surge la necesidad de organizar un sistema de personas especializadas en diferentes campos, asegurándose de que puedan proporcionar una amplia variedad de información y conocimiento en términos de resolución de problemas. El conocimiento útil para la realización efectiva de la actividad empresarial a veces no se concentra en la parte superior de la estructura organizativa; más bien, se propaga a través de los innumerables centros funcionales ubicados en varios niveles, que dentro de su propia competencia, son capaces de

tomar decisiones. Esto hace que las estructuras personales sean más flexibles, lo que puede aumentar la calidad de las decisiones y la productividad de los empleados.

El cuarto y último capítulo considera los principales aspectos relacionados con el tema de la estrategia empresarial. Analiza cómo adoptar una estrategia empresarial, los principios organizativos y la orientación al mercado, cómo construir redes, alianzas estratégicas y estrategias innovadoras para el crecimiento empresarial y, al final, aborda las principales prácticas de gestión para desarrollar nuevos productos y servicios. La esencia de la estrategia corporativa radica en las acciones concretas del mercado destinadas a mejorar el desempeño financiero de la empresa, a fortalecer la posición competitiva a largo plazo y a obtener una ventaja competitiva sobre los competidores. Una estrategia de negocios efectiva es el recurso más confiable para lograr ganancias por encima del promedio. Además, el conocimiento del negocio y las habilidades operativas específicas pueden mejorar la calidad del producto, los canales de distribución, las prácticas de fabricación y la atención al cliente. Por lo tanto, el objetivo es obtener más ventajas, en comparación con aquellas que podrían lograrse individualmente, trabajando juntos para compartir conocimientos, recursos y riesgos.