

Nombre de alumnos: Omar Adriel Maza Gómez.

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre del trabajo: Ensayo.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: Noveno- cuatrimestre.

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: Semi-escolarizado

UNIDAD 2

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Las ideas deben ser originales ósea hechos por nosotros mismos, que sea atractivas duraderas y estar siempre sustentadas en productos y servicios que crean o agregan valor al cliente dispuestos a pagar por ellas .una idea original es un requisito para el éxito posterior pero de ninguna manera asegura el éxito al negocio.

Después de una serie de cuestionamiento y el análisis es necesario construir la propuesta de valor misma que pueda iniciarse con la lección de alguna de las categorías pero puesta por Kaplan y Norton

Todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea, que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. El surgimiento de la idea para crear una empresa varía en función de las circunstancias de cada persona/personas. Son muchos los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio concreto. Con carácter general, los factores que determinan la elección de la idea son:

Repetición de experiencias ajenas: es el efecto reflejo de los negocios nuevos, que se produce frecuentemente en las épocas de expansión de la economía.

Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto porcentaje de crecimiento

Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos.

La experiencia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse.

Cuando se posee un producto innovador que se estima que puede generar mercado.

Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por cuenta propia en tal actividad.

1. Mantener un concepto único

Si la idea de la futura empresa se concentra en visiones a gran escala (en especial si se trata de nuevos espacios donde la solución se basa en la tecnología) recuerde ¿Qué es lo que mantiene su negocio como único en el mercado? ¿Es un espacio auténtico en el sector? ¿Alguien puede tomar su idea como referencia? ¿Lo pueden acusar de duplicar una idea? ¿Tiene los recursos y el financiamiento para defenderse de los ataques? Si no es así, puede izar banderas de alerta.

Para salir adelante y destacar en el mundo de los emprendedores la innovación y originalidad del concepto es la clave del negocio. Elabora una lista de cualidades de su idea, proyecte esas ideas en un futuro y evalúe de manera honesta la situación de su posible negocio.

2. Contar con un plan de negocios

Antes de iniciar con el movimiento de capital, la búsqueda de proveedores, clientes y el ambiente ideal para nuestro negocio es necesario contar y tener en claro un plan de negocios que respalde cada uno de nuestros movimientos en el ámbito empresarial. Este plan de negocio debe detallar los montos de inversión, los rubros en los que se depositará la inversión, los planes y formas de financiamiento, los plazos y tiempos destinados para cada actividad, el momento justo de reinvertir y el “payback”.

3. El marketing es prioritario

El error más común entre las empresas que funcionan de la mano de emprendedores se relaciona a idealizar un producto o concepto y observarlo como único en el mercado. Este enamoramiento se refleja en el plan de marketing que han diseñado (en caso de existir) para comunicar a los públicos clave la idea del nuevo negocio.

Nuestra idea es tan fresca que se vende sola. NO. No lo hará. ¿Cuenta con un equipo responsable del tema? Esta es una función crítica que debe caminar de la mano del producto desde el principio.

UNIDAD 3

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El marketing ha sido inventado para satisfacer las necesidades del mercado a cambio de beneficio para las empresas que se sirven de ella para desarrollarse. Es una herramienta que sin lugar a dudas es estrictamente necesaria para conseguir el éxito en los mercados.

Se dice que el marketing es un proceso social y administrativo porque intervienen un conjunto de personas, con sus inquietudes y necesidades y porque necesita de una determinada cantidad de elementos tales como la organización, la implementación y el control, para un desarrollo eficiente de las actividades.

La única función que debe cumplir es alcanzar las metas que la empresa se plantea en lo que respecta a venta y distribución para que esta se mantenga vigente. Por eso es tan importante no sólo tener un conocimiento del mercado, sino saber qué cosas puede desarrollar la empresa que pueda interesar a los clientes.

Lo que hace el marketing es considerar una necesidad de la clientela y, a partir de ella, diseñar, poner en marcha y verificar cómo funciona la comercialización de los productos o servicios de la empresa. Diversas estrategias y herramientas permiten al marketing posicionar una marca o un producto en la mente del comprador.

Las acciones de marketing pueden tener una visión de rentabilidad a corto o a largo plazo, ya que su gestión también supone la realización de inversiones en la relación de la empresa con los clientes, con los proveedores y hasta con sus propios empleados, además publicidad en los medios de comunicación. Es importante no confundir marketing y publicidad, ya la mercadotecnia abarca a la publicidad y a otras cuestiones.

Hoy en día existen muchos tipos de marketing, aquí presentamos algunas definiciones:

Marketing directo: consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.

Marketing relacional: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren. Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.

Marketing virtual: recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona en el mundo que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.

Las acciones de marketing pueden tener una visión de rentabilidad a corto o a largo plazo, ya que su gestión también supone la realización de inversiones en la relación de la empresa con los clientes, con los proveedores y hasta con sus propios empleados, además publicidad en los medios de comunicación.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Un plan de trabajo es un documento que reúne la información necesaria para llevar a cabo un proyecto. Define los objetivos, los procesos y los tiempos de entrega. Es una herramienta que sirve de guía y establece estrategias que permiten alcanzar objetivos mediante la colaboración y el trabajo en equipo.

El plan de trabajo como herramienta de gestión empresarial contiene un conjunto de acciones que facilitan, ya sea a una persona o a un equipo, a cumplir con sus objetivos. En este sentido a continuación hemos reunido algunos de los beneficios de un plan de trabajo que pueden contribuir al desarrollo exitoso de tu negocio.

1. Aclarar los objetivos

El plan de trabajo te brinda la oportunidad de precisar cada uno de los objetivos que son necesarios para lograr un proyecto determinado. Si no cuentas con un plan de trabajo, es probable que estos objetivos no queden claros y por lo tanto no se concluyan de manera adecuada.

2. Permitir una evaluación actual de la empresa

Todas las compañías cuentan con diferentes recursos para lograr los objetivos planteados. Un plan de trabajo permite la visualización de cada uno de ellos y por lo tanto ayuda a evaluar el estado actual de la empresa, lo que permite a los directivos reconocer las limitaciones y las facilidades existentes para llevar a cabo el proyecto planteado de la mejor manera posible.

3. Organizar de manera eficiente a los equipos de trabajo

El plan de trabajo establece las tareas y actividades que deben realizarse para llevar a cabo un proyecto. Esto permite la organización eficaz de los departamentos y equipos de trabajo que ayudarán a crear un proceso de participación y colaboración, así como un sentido de responsabilidad individual a través de las tareas asignadas enfocadas en alcanzar un objetivo en particular.

4. Medir el progreso de los proyectos

Con el plan de trabajo puedes medir los resultados obtenidos una vez que hayas concluido el proceso. Analizar los resultados te ayudará a evaluar, hacer ajustes e implementar los cambios necesarios para trazar caminos más eficaces y conseguir el éxito que estás buscando.

5. Identificar los problemas a tiempo

Contar con un plan de trabajo permite a las compañías identificar los problemas lo antes posible para abordarlos de manera inmediata y eficiente.

6. Toma de mejores decisiones

También te permite definir estrategias que ayuden tanto a representantes de equipos y directivos a tomar las mejores decisiones que garanticen precisión en las soluciones empresariales y el cumplimiento de los objetivos de trabajo.

Proyección del flujo de efectivo

La información de entradas y salidas se requiere para elaborar lo que se conoce como flujo de efectivo, un estado financiero que muestra el total de efectivo que ingresó o salió de la empresa, durante un periodo determinado.

El flujo de efectivo permite proyectar, de manera concreta y confiable, la situación económica de la empresa a futuro, a la vez que facilita tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de adeudos, pago de sueldos, etc.), como de las cantidades de dinero que ingresarán a la empresa, por concepto de ventas, derechos, intereses, etcétera.