



GARCIA ROBLEDO BERENICE

LIC. IVONNE JEZABEL SILVESTRE MONTEJO

**UNIDAD I INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO
UNIDAD II NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

LIC. ENFERMERIA

TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOVENO CUATRIMESTRE, *A*

PASIÓN POR EDUCAR

Comalapa, Chiapas a 27 de junio de 2021

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDURISMO

El plan de negocios es la concreción de las ideas de un emprendedor.

Describe una serie de puntos esenciales para un proyecto de éxito.

Abarca siete grandes áreas de suma importancia,

- Naturaleza del proyecto
- El mercado del producto
- Sistema de producción
- La organización
- El aspecto legal
- Las finanzas
- El proceso de planeación

Debe ser: Claro, Conciso, Informativo.

El plan de negocios es la concreción de las ideas de un emprendedor.

Un medio para concretar ideas:

Espíritu emprendedor

Características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Sus características del emprendedor

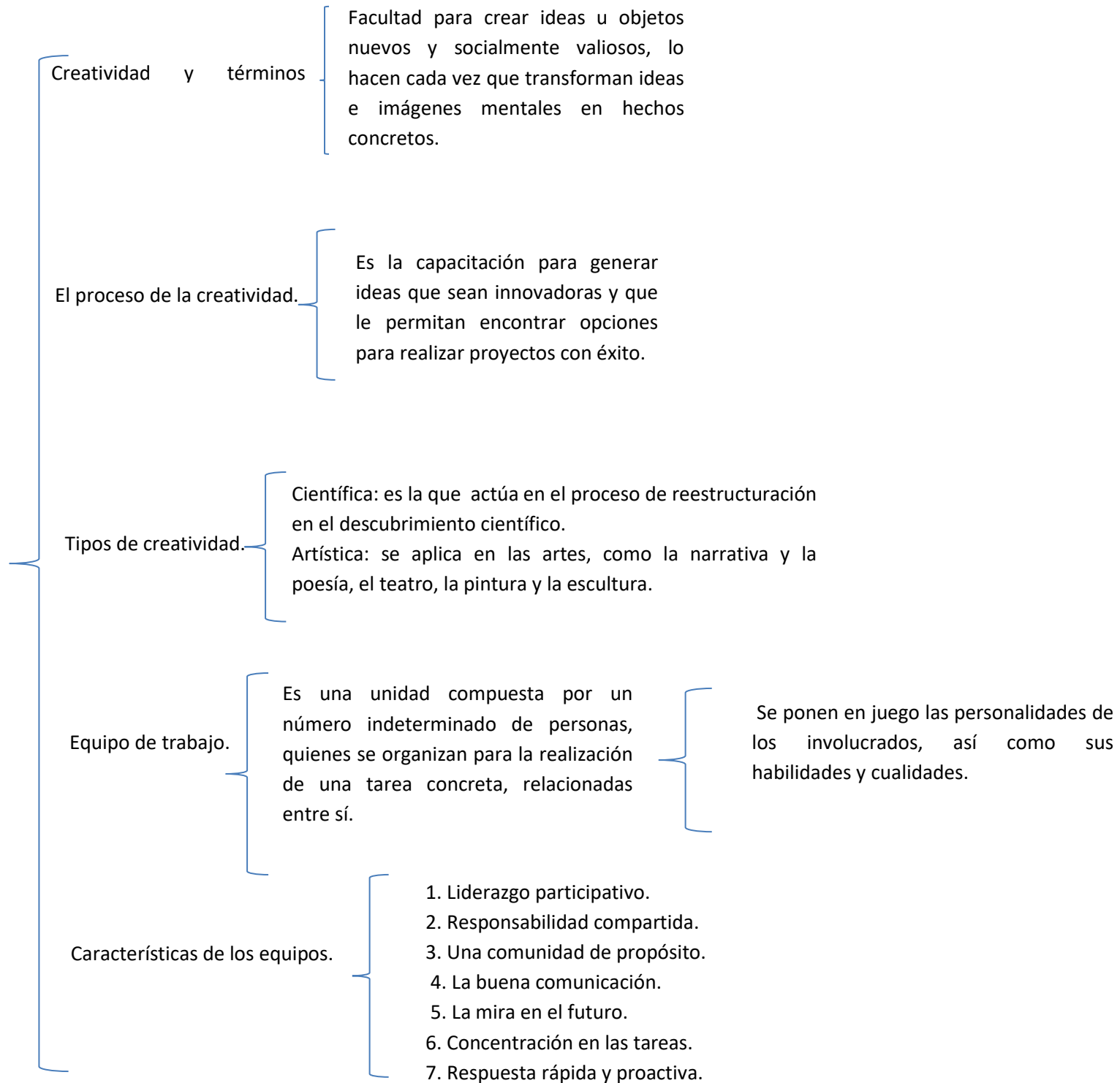
- ♣ Compromiso total.
- ♣ Capacidad
- ♣ Orientación a las metas.
- ♣ Iniciativa y responsabilidad.
- ♣ Persistencia.
- ♣ Realismo.
- ♣ Autoconfianza.
- ♣ Altos niveles de energía.
- ♣ Control interno alto.

Tipos de emprendedores

- El emprendedor administrativo.
- El emprendedor oportunista
- El emprendedor adquisitivo.
- El emprendedor incubador.
- El emprendedor imitador.

Evaluación de la capacidad de emprender.

Se hacen un examen en la que se evalúan para ver si realmente son capaces.



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

Propuesta de valor.

Sus características.

Generación de ideas.

Modelo de negocio.

Categorías: demanda de un producto.
Fabricar un producto.
Un producto es susceptible.
Exportar un producto.
Importar un producto.

Buen modelo y plan de negocios.

El emprendedor o alguien asociado.

Posibilidad de reciclar una materia prima.
Capacidad para sustituir una materia prima.

Reflejar la funcionalidad.
Incluir información importante.
Conocer y reflejar las características.
Buena comunicación.
Ser lo suficientemente simple y entendible.
Buscar la fidelidad del cliente.

El mercado.
La experiencia que recibió el cliente.
El producto o servicio.
Las alternativas y las diferencias.
Las evidencias o pruebas.

Sus categorías: Mejor compra o menor costo total, Vanguardia en el desarrollo de productos, Llave en mano, Cautiverio, Ofrecer mejor calidad y Dar más por el dinero.

A. análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
b. Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
c. Análisis técnico-operativo.
d. Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
e. Análisis financiero.

Aspectos que comprenden:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto o servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado.
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS.

Bajos costos

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

Innovación y diferenciación

Todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

Elementos de los modelos de negocios.

Propuesta de valor, Segmento de mercado, Estructura de la cadena de valor, Generación de ingresos y ganancias, Posición de la compañía en la red de oferentes y estrategia competitiva.

Naturaleza del proyecto.
Justificación de la empresa.

- 1 considerar en la formación de una empresa.
- 2 Especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.
- 3 Ubicación y tamaño de la empresa

Misión de la empresa: es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

Misión de la empresa: es una declaración que ayuda el emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Ejemplo:

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas.
- Ser medible.
- Ser claros y entendibles

Categorías:

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).