



NOMBRE DEL ALUMNO:

Nuria Jesabel Ramírez Pascacio

NOMBRE DEL PROFESOR:

Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA:

En Enfermería

MATERIA:

Taller Del Emprendedor

CUATRIMESTRE Y MODALIDAD:

8vo. Cuatrimestre Semiescolarizado (Domingos)

NOMBRE Y TEMA DEL TRABAJO: Ensayo

Unidad II. Nacimiento De La Idea De Negocio

Frontera Comalapa, Chiapas a 23 de mayo del 2021.

Los temas que abordaremos en este ensayo serán los nacimientos he ideas para darle marcha a un nuevo negocio dichos tienen que llevar una metodología sino este tal vez no tendrá los resultados deseados, entre esto está la propuesta de valor, la generación de ideas, el modelo de negocio, las características de los modelos de negocios también están los elementos de los modelos de negocios, la naturaleza del proyecto, la justificación de la empresa, Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa, el análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa.

La propuesta de valor de una empresa es aquello que resume de una manera sencilla y locuaz lo que haces y lo que ofreces, si eres capaz de expresar fácilmente lo que solucionas al público al que te quieres dirigir. En definitiva, explicar de una manera concreta, directa y correcta por qué debe usarte o comprarte a ti frente a tu competencia. Una propuesta de buena relación calidad precio puede darle a su empresa una ventaja sobre sus competidores y a menudo es lo que sus clientes potenciales utilizan para evaluarlo. Una propuesta de valor debe ser clara y concisa, fácil de entender parte de los consumidores. El éxito de la innovación se basa en una profunda comprensión de los clientes, su entorno, sus rutinas diarias, sus sueños, sus preocupaciones y sus aspiraciones. Es por esto que la oferta valor debe estar centrada en las necesidades y deseos de los clientes. Una propuesta de valor será eficaz en la medida en que se adapte a las necesidades específicas del cliente al que se dirige. Hay que saber identificar su necesidad y el problema de negocio que el cliente tiene que resolver. No tiene sentido desarrollar propuestas de valor genéricas dirigidas a grupos de clientes desconocidos o segmentos de mercado, o buscar oportunidades de venta en clientes cuyas demandas o necesidades ignoramos.

La generación de ideas es un proceso creativo e ideal para una empresa ya que se trata de recopilar nuevas ideas para generar, desarrollar y comunica ya que las empresas generan grandes ideas para tener mayor utilidades ya que cada empresa como sube de puesto debe siempre generar ideas para alcanzar el éxito que requiere. Ya se aguarda en cierta similitud con la etapa planteamiento del objetivo que es un proceso que requerimos en la empresa para llevar a cabo innovación y metas y se requiere pasos y procesos para tener en cuenta cómo podemos resolver problemas dentro de la empresa y fuera también se debe mencionar que la creatividad es indispensable para aplicar en la generación de ideas. si la innovación consiste en implementar las ideas nuevas, el pensamiento creativo es el paso previo e

imprescindible que nos permite conseguir estas nuevas ideas. Por supuesto el objetivo es innovar porque generar ideas nuevas sin llevar algunas a la práctica no genera valor, pero para llevar a cabo esta fase de transformación necesitaremos una materia prima, las ideas, de calidad. Cuando pensamos en conseguir ideas nuevas, solemos hablar de la fase de generación de ideas. Es una fase importante que podemos optimizar utilizando unas de las numerosas técnicas de creatividad que nos ayudaran a ir más allá del clásico. Pero, como podemos ver en el siguiente esquema, existen una fase anterior y una fase posterior que tienen un rol esencial si queremos generar ideas diferentes y que aporten valor. Una afirmación habitual que nos demuestra que estas fases no se han trabajado correctamente: “tengo muchas ideas, incluso demasiadas, pero al final no acaban de salir proyectos interesantes”.

Un modelo de negocio es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma. Tres elementos que debe tener un Modelo de Negocio Rentabilidad: Ningún negocio se monta para perder dinero, por tanto debe generar utilidad Escalabilidad: Que hoy se pueda montar uno, mañana otro y así sucesivamente hasta tener un modelo que conquiste el mercado. Repetibilidad: Que se puedan estandarizar para poder hacerlos replicables en cualquier lugar, por ejemplo los productos de franquicia.

Características de un modelo de negocios innovador de sustentabilidad la palabra lo dice, entre más innovador sea la idea de negocio que crees, posiblemente incluso llegues a marcar una tendencia y a partir de tu idea otros la reproduzcan. si es cierto que es tendencia, pero no hay que verlo solo de esa forma, la sustentabilidad es una forma de vida en la que tenemos que estar enfocados en todo momento, un negocio que también tenga interés en su entorno y medio ambiente logra que su huella en este planeta se reduzca. Exclusividad, capacidad de tomar riesgos un negocio inclusivo habla bien de él, tener la capacidad de tener empleados y clientes de todos tipos, colores, preferencias abrirá un montón de posibilidades de alcance. Puntualidad no tener miedo o prejuicios a nuevos retos dentro del negocio o incluso en la propia evolución del cliente o mercado. Siempre habrá grandes argumentos para fomentar la puntualidad en todos los aspectos laborales y personales, el fomento a la puntualidad en un negocio y sus empleados garantizará grandes frutos, respetas el tiempo de los demás y tuyo.

Por otra parte y de acuerdo a Alex Osterwalder & Yves Pigneur, los elementos de un modelo de negocio son los siguientes: propuesta de valor. Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades del cliente con nuestras propuestas de valor. Segmentación de clientes. Uno o varios segmentos de clientes. Canales de distribución y comunicación. Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta. Relación con el cliente. Se establecen y mantienen con cada segmento de clientes flujos de ingreso. Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes. Recursos clave. Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos descritos anteriormente. Actividades clave. Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales. Red de partes (socios estratégicos). Algunas actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa. Estructura de costes. Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos.

Naturaleza del proyecto es la disciplina de organizar y administrar recursos de manera tal que se pueda culminar todo el trabajo requerido en el proyecto dentro del alcance, el tiempo, y coste definidos. Un proyecto es un esfuerzo temporal, único y progresivo, emprendido para crear un producto o un servicio también único. Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa, la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable el desarrollarlo. A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece lo que es su negocio. Proceso creativo: el primer elemento a considerar, para formar una empresa de éxito, está en lo creativo de la idea que le da origen. Justificación: una vez que la idea ha sido seleccionada. Explica las maneras como el proyecto entrará a solucionar el problema planteado y cuál es su contribución incluye el impacto en el corto, mediano y largo plazo. En qué forma va a beneficiar el proyecto a los ejecutores. Se debe incluir el interés, la utilidad y novedad del proyecto. La justificación responde al ¿por qué se hace el proyecto? Objetivos: es una expresión cualitativa de los propósitos que se tienen. Deben ser: claros concretos: que responda a problemáticas. Reales y soluciones alcanzables ser realizable es decir que se lleve a la práctica, debe estar enfocado al logro, no a la actividad, por lo tanto, palabras como apoyar, coordinar, colaborar, capacitar, no deben utilizarse al definir resultados. Formulados como acciones terminadas: instalar, erradicar, dirigir, aumentar, llevar a cabo, etc. se clasifican de acuerdo con el tiempo en que se pretenden cumplir. corto plazo (6 meses a 1 año) mediano plazo (1 a 5 años) largo plazo (5 a 10 años) objetivo general debe llevar a solucionar el problema central que responde a las preguntas: ¿qué se va hacer?

¿Mediante qué o cómo se va hacer? ¿Para qué se va hacer? se escribe con un verbo que indique acción terminada en infinitivo: ar, er, ir. Objetivos específicos un objetivo dirigido hacia el proceso de producción. Que se refiera a la calidad del producto. Dirigido al mercadeo o comercialización de los productos. Cómo soluciona un problema social y ambiental.

La justificación de un proyecto son las razones por las que se hace un proyecto, es decir las razones que lo justifican. La justificación es tanto aplicable a la empresa como a la investigación. Realmente es un proceso útil y necesario especialmente sobre todo para presentación y valoración de nuestro proyecto. Ahora os voy a explicar en 4 sencillos pasos cómo hacer una justificación. Dentro de esa justificación tienen que plantearse las siguientes cuestiones: la necesidad de ese proyecto. ¿Por qué se va a hacer? finalidad del proyecto ¿para qué se va a hacer? ¿Qué problemáticas resuelve? las exigencias que tiene. ¿Cómo se va a hacer?

la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor. El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. Atractivo, claro y simple, agradable, significativo.

Descripción de la empresa Tipo de empresa El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía, El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, Se dedica a la compraventa de un producto determinado. Industrial. Cualquier empresa de producción que ofrezca un producto final o intermedio se ubica en este giro. Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro. La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta. Una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un poblado pequeño, El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo internoll, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse. Oportunidades y Amenazas variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar.

Si ya haz revisado conscientemente estos puntos y pones manos a la obra, es muy probable que tu empresa vea la luz con muchas posibilidades de prosperar, fijate metas concretas y realistas sin descuidar la pasión con la que vas a emprenderlas, de tal suerte que en este punto tendrás una visión amplia de lo que te espera en el mundo excitante de los negocios.

Bibliografía

1] Peña, W (2001) Apuntes de mercadotecnia para la Microempresa Rural Santiago de chile

Antología del taller del emprendedor