



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Karla del Rocío Chablé Reyes

Nombre del tema: Introducción al Emprendedurismo

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Alberto de Jesús López Muñoz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9ª

Lugar y Fecha de elaboración

**Carretera a Villahermosa-Aeropuerto KM.
10+400 Pob. Dos Montes a 4 de Julio del
2022**

INTRODUCCION

Este ensayo nos hablara sobre el proceso que se lleva para un negocio o un emprendimiento para ellos se necesita conocerlos tipos de emprendimiento que existe y saber cual es la mejor opción así como saber cuales son los pasos que conlleva a saber si tu producto o servicio pueda funcionar o no. Para que un negocio pueda salir adelante se necesitan mucho esfuerzo y también conocimientos sobre lo mismo aquí conoceremos que pasos o que se tiene que saber para poder llevarlo a cabo y como poder ponerle el nombre a la empresa, conoceremos como realizar la misión y visión de un proyecto, así como realizar los objetivos para dicho negocio.

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO

Una herramienta favorable para emprender es siempre idear un plan de negocios que tiene que llevar ciertos pasos para desarrollar el proyecto y alcanzar las metas a las que se desea llegar, se trata de recolectar información para poder tomar decisiones y conocer los recursos que se tienen a la mano y las que no, en pocas palabras es el vaciamiento de ideas que tiene una persona para un fin en específico ya sea para una competencia, para lanzar un producto o servicio.

Para elaborar un plan de negocios es necesario que sea claro, conciso e informativo, se debe tener una idea clara del proyecto que se quiere llevar a cabo, conocer las ventajas y desventajas que conlleva realizar dicho negocio o servicio que se quiera llevar a cabo.

ESPIRITU EMPRENDEDOR

EMPRENDER: Emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención. Un emprendedor es aquel que monta su empresa desde cero y se enfrenta a los retos que supone transformar una idea en un negocio. Son también un conjunto de características y habilidades que se debe de tener, se especializan en tomar decisiones propias.

CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

- ❖ Compromiso total, determinación y perseverancia.
- ❖ Capacidad para alcanzar metas.
- ❖ Orientación a las metas y oportunidades.
- ❖ Iniciativa y responsabilidad.
- ❖ Persistencia en la solución de problemas.
- ❖ Realismo.
- ❖ Autoconfianza.
- ❖ Altos niveles de energía.
- ❖ Busca de realimentación.
- ❖ Control interno alto.
- ❖ Toma de riesgos calculados.
- ❖ Baja necesidad de estatus y poder.
- ❖ Integridad y confiabilidad.

- ❖ Tolerancia al cambio.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

EMPRENDEDOR VISIONARIO

Convierte su visión en negocio, pero mantiene los pies en la tierra. Este tipo de emprendedor tiene la destreza de ver el futuro de forma realista.

EMPRENDEDOR INVERSIONISTA

A este emprendedor le gusta invertir y tiene el financiamiento para hacerlo. Su principal objetivo es hacer crecer su dinero para generar más oportunidades.

EMPRENDEDOR OPORTUNISTA

Aprovecha las oportunidades que se le presentan para obtener cualquier resultado y es un experimentador nato. Observa y analiza siempre antes de emprender una acción.

EMPRENDEDOR APASIONADO

Le encanta trabajar. Es de los que no pueden quedarse solo con la idea en la mente, sino que deben hacerla realidad. Cuando algo lo motiva se llena de energía, tanto que puede pasar horas y horas trabajando sin quejarse.

EMPRENDEDOR POR NECESIDAD

Su falta de opciones lo motiva a generar ingresos rápidamente. Ser emprendedor por necesidad no significa que esté obligado a serlo, sino más bien que es muy rápido buscando oportunidades. Este tipo de emprendedor es bueno desarrollando ideas y en ponerlas en marcha en un tiempo breve.

EMPRENDEDOR PERSUASIVO

Sabe influir positivamente en las acciones de las personas, en tanto que es un líder nato. Tal vez no sea un emprendedor que dé ideas, pero sí es la persona que dirige y proporciona el impulso necesario para llevarlas a cabo. Es por lo regular el que consigue que la gente se una a un proyecto o sabe atraer a los clientes

EMPRENDEDOR SOCIAL

Su causa se centra en impulsar y generar ganancias para combatir problemas de la sociedad como la discriminación, la pobreza, el daño al medio ambiente, entre otros.

EMPRENDEDOR POR AZAR

Este tipo de emprendedor tal vez heredó un negocio exitoso. Muchas veces fue invitado por amigos o familiares a formar parte de un proyecto y aceptó. Entre sus características está que le gusta tomar riesgos.

EMPRENDEDOR INTUITIVO

Sigue sus corazonadas y se deja llevar por sus impulsos. Un emprendedor así parece que presiente las buenas oportunidades y se arriesga.

EMPRENDEDOR ESPECIALISTA

Suele ser confundido con el emprendedor visionario, aunque la diferencia consiste en que su visión la centra en un solo proyecto o un tema en específico. Es muy bueno razonando y al concentrarse en un solo tema se hace experto.

EVALUACION DE LA CAPACIDAD DE EMPRENDER

El test del emprendedor no es un documento oficial que dependa de ningún organismo. Más bien, hay instituciones y entidades que han desarrollado estos test con el objetivo de ayudar a los emprendedores en su trayecto. Su objetivo siempre es ayudar a reflexionar sobre las características emprendedoras de quien quiere poner en marcha una idea empresarial. El resultado del test, es una forma objetiva de comprobar en qué punto se encuentra la persona emprendedora en relación a unos estándares. Se trata de comprobar cuáles son los puntos fuertes y débiles, para potenciar los fuertes y mejorar los débiles. No es más que un ejercicio de autoconocimiento y evaluación, por lo que se debe considerar un paso más en el camino del aprendizaje. Pasado un tiempo, se puede realizar de nuevo el test para comprobar si se han mejorado las debilidades.

Tampoco se trata de realizar varios test del emprendedor. Cada uno de ellos mide unas competencias distintas y si se comparan los resultados, no será de gran ayuda.

CREATIVIDAD Y TÉRMINOS AFINES

La creatividad es un proceso mental es la capacidad que se tiene para crear algo nuevo, es dar origen a algo nuevo Es un estilo de actuar y de pensar que tiene nuestro cerebro para procesar la información y manifestarse mediante la producción de situaciones, ideas u objetivos innovadores que puedan, de alguna manera, trascender o transformar la realidad presente del individuo

Se puede afirmar que todas las personas tienen la facultad para crear ideas u objetos nuevos y socialmente valiosos, lo hacen cada vez que transforman ideas e imágenes mentales en hechos concretos. De esta forma práctica, la creatividad es la habilidad para adaptar a cualquier situación lo que se tenga disponible (recursos), con el fin de alcanzar objetivos

EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

La creatividad es muy fundamental en el proceso de crear un proyecto, es el paso donde se genera la idea para llevar a cabo dicho proyecto, se necesita tener una lluvia de ideas y reconocer cuales si nos sirven para el proyecto y cuales no, así se obtienen las herramientas que utilizaremos, es tener la idea del producto o servicio que se quiera realizar.

TIPOS DE CREATIVIDAD

Existen muchos autores que dan su punto de vista de acuerdo a sus investigaciones sobre los tipos de creatividad que existen, existe la creatividad primaria y la secundaria. La creatividad primaria es la que sale de manera repentina sin buscarla y la secundaria es la que requiere mas esfuerzo

EQUIPO DE TRABAJO

Un equipo de trabajo es un trabajo que se realiza con un conjunto de personas que buscan un fin en común, una ventaja que tiene el equipo de trabajo es que todos dan su punto de vista, sus opiniones y pueden buscar la mejor idea para llevarla a cabo. Otra ventaja es que cada quien tienes sus habilidades y poder aprovechar las habilidades de todos es una ventaja que realizarlas de manera individual y asi se reparten las responsabilidades por igual.

CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

- Liderazgo participativo que fomente la interdependencia entre los miembros.
- Responsabilidad compartida que permita a todos los individuos involucrarse en el mismo grado y, de esa manera, propiciar un compromiso voluntario.
- Una comunidad de propósito; es decir, los integrantes conocen cuál es su razón para pertenecer a ese equipo y, también, cuál es su función dentro de él.
- La buena comunicación que permite un ambiente de confianza y aceptación.
- La mira en el futuro, tanto en la meta final como en el proceso, para alcanzar los propósitos y no perder de vista su capacidad para mejorar con el tiempo. Esto es esencial para concebir el cambio como una oportunidad de crecimiento.
- Concentración en las tareas que se acuerdan en las reuniones periódicas de planeación, seguimiento y evaluación.
- Respuesta rápida y proactiva; es decir, capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Al inicio de un nuevo proyecto, ya sea lucrativo o no, el emprendedor debe auxiliarse de una herramienta, el plan de negocios, el cual le permitirá realizar un proceso de planeación para seleccionar el camino adecuado que lo acercará al logro de sus metas y objetivos, y lo guiará en la realización de sus actividades. El plan de negocios podrá usarse como carta de presentación ante posibles socios, proveedores u otras fuentes de financiamiento, ya que permitirá evaluar la factibilidad de la idea. Sin embargo, el valor más importante del plan de negocios es que constituye una herramienta de reflexión, evaluación y planeación para el mejor aprovechamiento de los recursos

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba. Se da una dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor.

GENERACION DE IDEAS

Para tener una idea clara de que proyecto se quiere llevar a cabo se debe de analizar ciertas cosas o realizarse preguntas como las de Alex Osborn ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

MODELO DE NEGOCIOS

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos.

Modelo de negocio es “el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico”. Es decir, es una representación clara y concreta de cómo una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes, lo cual implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación u operación.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Un modelo de negocios es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio. A través de un modelo de negocios se debe distinguir cuál es el valor de un producto, qué se necesita para insertarlo en el mercado y a qué tipo de clientes se venderá

BAJO COSTO

Es el valor monetario en que los productores se disponen a vender y los consumidores para comprar un bien o servicio, siempre que la oferta y la demanda están en equilibrio. Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en 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. La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

- ❖ Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.
- ❖ Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.
- ❖ Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.
- ❖ Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
- ❖ Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia): identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.
- ❖ Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

NATURALEZA DEL PROYECTO

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor conecta a la empresa con el cliente y hace que un cliente decida por una u otra empresa. Su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Así, las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado.

NOMBRE DE LA EMPRESA

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. Debe de ser original, atractivo, claro, simple, etc.

ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones. Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades Oportunidades y Amenazas.

Para redactar la lista de fortalezas y debilidades, es necesario pensar en aspectos como la experiencia que se pueda tener en el área en la que se piensa incursionar, además de los recursos con los que cuenta Cuando toca el turno a las oportunidades y amenazas, es necesario observar aspectos como: las barreras de entrada y de salida, las tendencias sociales, culturales y económicas, además de los competidores actuales.

MISIÓN DE LA EMPRESA

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, debe ser amplia, congruente y motivadora.

VISIÓN DE LA EMPRESA

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta. La palabra visión viene del latín “visto”, entonces la visión es la acción de ver al futuro, la mayoría de las nuevas empresas utilizan lapsos de entre 5 y 10 años de tiempo para alcanzar su visión.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad. En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que se deben establecer de forma correcta y concreta esos elementos de éxito.

CONCLUSIÓN

Ser un emprendedor es tener la iniciativa de empezar algo ya sea un servicio o lanzar un producto, se destaca por ser innovador, por ser original y si es algo que ya existe siempre es mejorado, porque si no se mejora la gente no lo comprara, es indispensable llevar paso a paso el proyecto que se quiera empezar, tener la idea y hacer una lluvia de ideas para conocer las ventajas y desventajas que pueden tener las ideas que se mencionen, escoger la que se crea conveniente, después conocer el costo o precio que te beneficie para sacar a la venta el producto o servicio, tener siempre un objetivo el cual se perseguirá para poder llegar a la meta tienes que conocer los pasos o lo que se debe llevar a cabo ya sea en formas de papelería e incluso en el costo monetario.

BIBLIOGRAFÍA

Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advertieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio... sf: Deusto.

Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill