



Mi Universidad

Mapa Conceptual

Nombre del Alumno: Gerardo Alonso Herrera Díaz

Nombre del tema: Introducción al emprendedurismo y Nacimiento de la idea de negocio

Parcial: I

Nombre de la Materia: Taller de emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: En Enfermería

Cuatrimestre: 9no

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO

PLAN DE NEGOCIO

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos.

El plan de negocios es, en forma general:

- Una serie de pasos para la concepción y el desarrollo de un proyecto.
- Un sistema de planeación para alcanzar metas determinadas.
- Una recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones.
- Una guía específica para canalizar eficientemente los recursos disponibles.

ESPIRITU EMPRENDEDOR

En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios.

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

Los emprendedores convierten ideas inteligentes en realidad. Crean un sinfín de puestos de trabajo y contribuyen enormemente a la economía. Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

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

CREATIVIDAD Y TÉRMINOS AFINES

Eduardo Kastika (1999), consideran que la creatividad no se debe definir de modo teórico, porque en el afán de buscar una definición única se limita el potencial del concepto y, por lo tanto, no se le precisa correctamente.

La creatividad no tiene una definición única, ya que es interpretable de acuerdo con el contexto en que se aplique; sin embargo, para entender mejor el concepto, he aquí algunas definiciones asociadas:

- Facultad de crear.
- Capacidad de creación.

TIPOS DE CREATIVIDAD

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: Científica. artística.

En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico.

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.

EQUIPO DE TRABAJO

Es un número reducido de individuos con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un plan comunes; además de compartir las responsabilidades.

CARACTERÍSTICAS 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.
- Una comunidad de propósito
- 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.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

GENERACIÓN DE IDEAS

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

MODELO DE NEGOCIO

Un modelo de negocio (también conocido como diseño 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.

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner atención en los siguientes puntos:

- Bajos costos. 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.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado.

Los elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom.

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

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.

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo. El nombre de la empresa debe ser:

- Descriptivo.
- Original.
- Atractivo.
- Claro y simple.
- Significativo.
- Agradable.

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

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

PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA.

La propuesta de valor es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia.

BIBLIOGRAFIA

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw Hill
- Dolabela, Fernando. **"Taller del Emprendedor"**. Editora HomoSapiens. 2005.
- 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