



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Lizbeth Jiménez Álvarez

Nombre del tema: Unidad I Introducción al emprendedurismo y Unidad II

Nacimiento de la idea de negocio

Parcial

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez Gonzales

Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería

Cuatrimestre: 9° Cuatrimestre

INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO

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.

Espíritu emprendedor

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Características del emprendedor

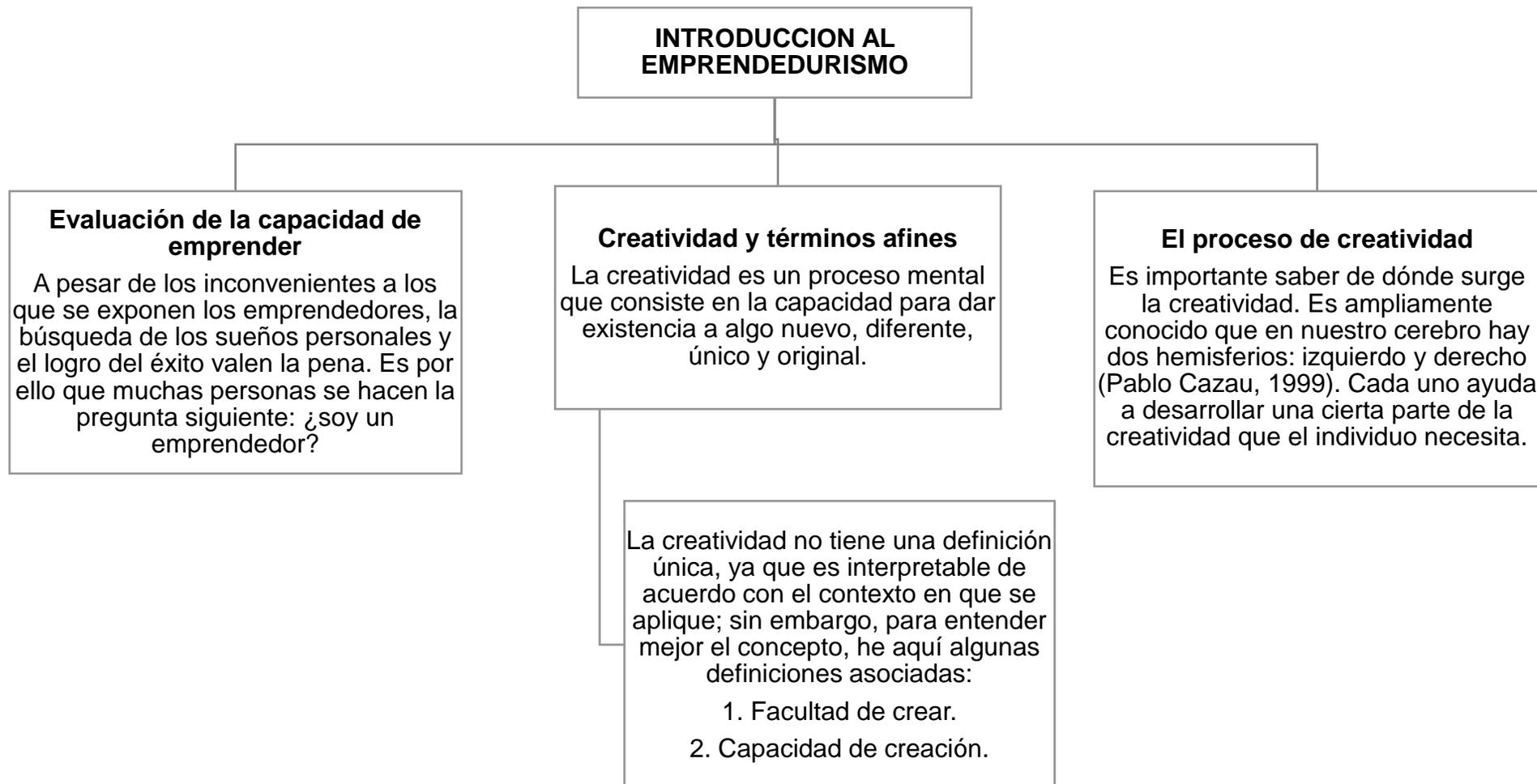
El emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

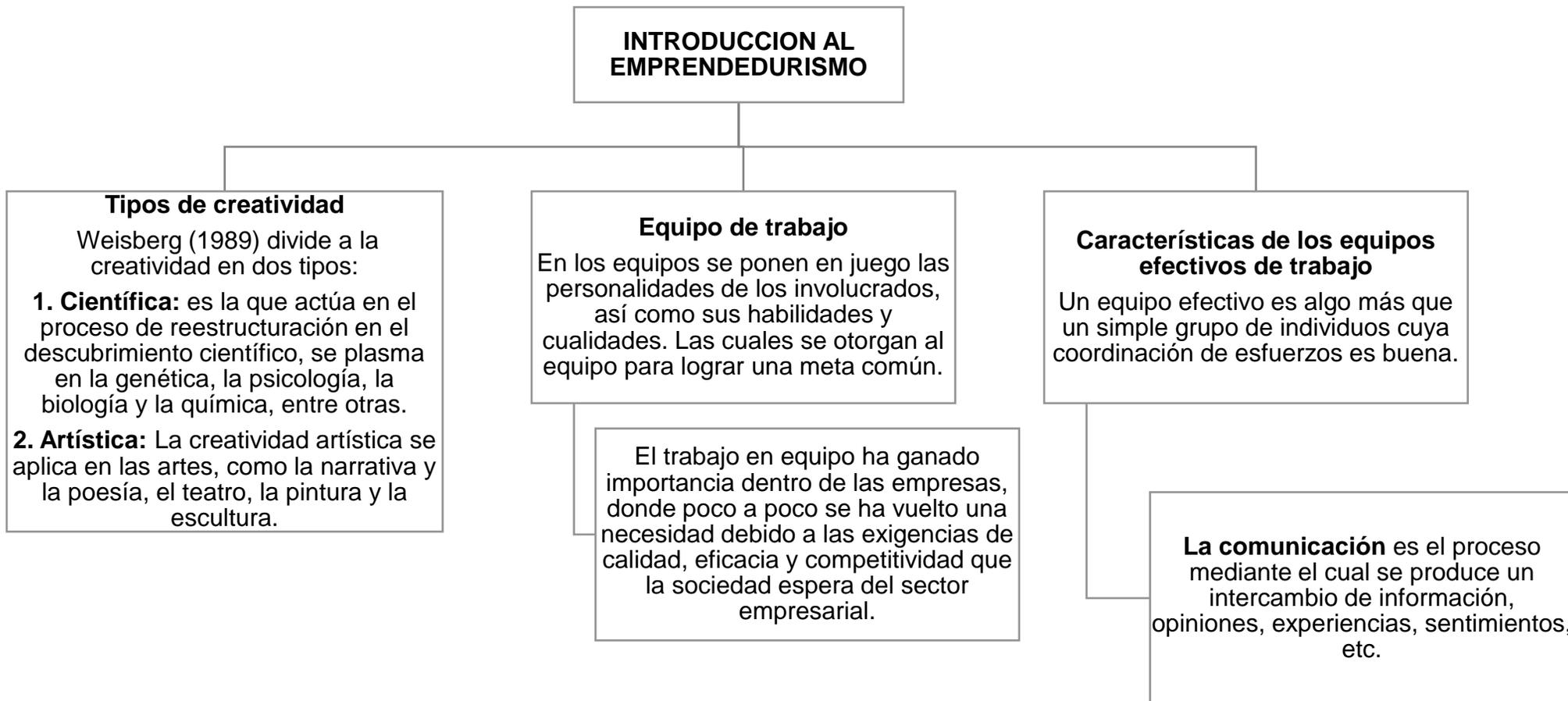
Compromiso total, determinación y perseverancia, Capacidad para alcanzar metas, Orientación a las metas y oportunidades, iniciativa y responsabilidad, Persistencia en la solución de problemas, Realismo, Autoconfianza, Altos niveles de energía, Busca de realimentación, Control interno alto, Toma de riesgos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

Tipos de emprendedores

Schollhammer (1980) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

- 1. El emprendedor administrativo.** Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- 2. El emprendedor oportunista.** Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- 3. El emprendedor adquisitivo.** Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- 4. El emprendedor incubador.** En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- 5. El emprendedor imitador.** Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.





UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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

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.

Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio.

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?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

Modelo de negocio

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.

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales:

- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

Características

Bajos costos

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son: ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

Innovación y diferenciación

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

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio:

1. Segmento del mercado.
2. Propuesta de valor.
3. Canales de distribución
4. Relación con los consumidores.
5. Flujo de efectivo.
6. Recursos clave.
7. Actividades clave.
8. Socios clave.
9. Estructura de costos.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

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, 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.

Nombre de la empresa: es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo.

Descripción de la empresa: El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal.
Tipo de empresa: comercial, industrial y servicios.

Ubicación y tamaño de la empresa:

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.

El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

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 reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad: amplia, motivadora, congruente.

Visión de la empresa

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

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. 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.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/2afd2c0addca7d70a18404a373f49ea4.pdf>