



# Mi Universidad

*Nombre del Alumno: Meylin del Rocío Velázquez Rodríguez.*

*Parcial: II*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.*

*Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz.*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

*Cuatrimestre: 9 no.*

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## PROPUESTA DE VALOR

es definida como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

### características

1. Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
2. Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
3. Comunicar lo que hace mejor a la empresa o la diferencia de la competencia.
4. Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
5. Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

### Elementos

- Cualidades del producto.
- relación con el consumidor.
- imagen y prestigio.

## GENERACION DE IDEAS

Es un proceso de descubrir nuevas ideas y soluciones, implica crear, refinar y recopilar conceptos novedosos para los desafíos y oportunidades existentes.

### Analisis por parte del emprendedor

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

**Se debe considerar una serie de elementos muy importantes para el cliente**

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y la marca.
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
- Políticas de atención y servicio.
- A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
- Características de las personas vendedoras o puntos de venta.
- Canal o canales de distribución.
- Servicios de posventa.

### Elementos del punto de vista de la empresa

1. Objetivo estratégico de la empresa.
2. Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
3. Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
4. Inversiones necesarias, presentes o futuras.
5. Riesgos calculados y posibles acciones.
6. Objetivos del plan de ventas
7. Sistemas de información internos.
8. Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

### Elementos CLAVE para tener éxito.

#### • Misión de la empresa.

Es su tarjeta de presentación, por lo que exige una constante revisión y autoevaluación del funcionamiento de la misma para comprobar si estos son congruentes entre sí.

#### • visión de la empresa.

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

#### • Valores.

Son los principios sobre los que se fundamentan las acciones y decisiones de una empresa.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

MODELO DE NEGOCIOS

También conocido como diseño de negocios describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

RANGO DE ACTIVIDADES

- propósito de la misma.
- Estrategias.
- Infraestructura.
- Bienes que ofrece.
- Estructura organizacional.

- Operaciones.
- Políticas.
- Relación con los clientes.
- Esquemas de financiamiento y obtención de recursos.

ELEMENTOS FUNDAMENTALES

- 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.

IMPORTANCIA

se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.

ASPECTOS QUE COMPRENDEN

- Seleccionar a sus clientes. ■
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio. ■
- Crear valor para sus clientes. ■
- Conseguir y conservar a los clientes. ■
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución). ■
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente. ■
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

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.

CARACTERISTICAS

- Describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones.
- Mantiene 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 especial atención en

Bajos costos

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a las competencias.

Innovación y diferenciación.

Hacer algo diferente al resto de los competidores en la cadena de valor, en el proceso de producción.

ELEMENTOS

Según Osterwalder y Pigneur existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera.

- 1. Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.
- 2. Propuesta de valor:** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
- 3. Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
- 4. Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
- 5. Flujos de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor.
- 6. Recursos clave:** bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.
- 7. Actividades clave:** describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.
- 8. Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio.
- 9. Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta.

**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.
  - Por qué se considera justificable desarrollarlo.

**Proceso creativo para determinar el producto o servicio.**

1. El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.
2. Realizar una lluvia de ideas para determinar el producto o servicio de la futura empresa.
3. Evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.
4. Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste.

**JUSTIFICACION 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**

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar 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**

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.

- Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
- Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado)
- Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar
- Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos.
- Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto

**DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

Tipos

- Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
- Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.
- Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

**UBICACION 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.

	Industria	Comercio.	Cervicio.
Microempresa.	1-30	1-5	1-20
Pequeña empresa.	21-100	6-20	21-50
Mediana empresa.	101-500	21-100	51-100
Gran empresa.	501	100	100

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIOS.

## ANALISIS 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.

### COMPONENTES

- Fortalezas.
- Oportunidades.
- Debilidades.
- Amenazas.

Es necesario realizar constantemente el análisis FODA pues es una herramienta muy útil en las revisiones periódicas indispensables para toda empresa.

Es tarea del emprendedor utilizar esa información para planear acciones que conviertan las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades.

## MISION DE LA EMPRESA

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

Debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.

### REQUISITOS

- **Amplia.** Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares.
- **Motivadora.** Que inspire a quienes laboran en la empresa; pero que no sea tan ambiciosa que se perciba como inalcanzable.
- **Congruente.** Debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella.

## VISION 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.

### ¿COMO DEBE SER?

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

## OBJETIVO DE LA EMPRESA

Son los puntos intermedios de la misión.

- ❖ Ser alcanzables en el plazo fijado.
- ❖ Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- ❖ ser medibles (cuantificables).
- ❖ Ser claros y entendibles.

## Bibliografía

UDS. (14 de JUNIO de 2024). UDS. Obtenido de

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>