



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Alma Azucena Claudio González

Parcial: II

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9

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, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
- Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico.
- Un producto susceptible de ser mejorado.
- En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.
- El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento que puede producirse y comercializarse para obtener ganancias económicas.
- Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.
- Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas.

Propuesta de valor

- La propuesta de valor es la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.
 - Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
 - Incluir información importante para los clientes.
- Características
 - Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador.
 - Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
 - Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
 - Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

- En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.
- Aunque no siempre, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio, otras veces el cambio está en dar una utilidad posterior al envase, en ocasiones el cambio está en el servicio, otras veces está en el proceso de producción, entre otras.

El emprendedor requiere

- El mercado.
- La experiencia que recibió el cliente.
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las alternativas y las diferencias.
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Generación de ideas

Elementos relacionados con el cliente

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o 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 relacionados con el punto de vista de la empresa

- Objetivo estratégico de la empresa.
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.
- Riesgos calculados y posibles acciones.
- Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.
- Sistemas de información internos, necesarios para un buen control.
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

- 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.

Elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio

- 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.

Modelo de negocio

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.

Características de los modelos de negocios

- Bajos costos
 - Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.
- Innovación y diferenciación
 - 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.

Elementos de los modelos de negocios

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores
- Flujos de efectivo
- Recursos clave
- Actividades clave
- Socios clave
- 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. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

Proceso creativo para determinar el producto

- El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.

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.

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.
- El nombre de la empresa debe ser
 - Descriptivo
 - Original
 - Atractivo
 - Claro y simple
 - Significativo
 - Agradable

Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

Descripción de la empresa

- Tipo de empresa
 - Comercial. 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

Ubicación y tamaño de la empresa

- 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, como pudiera serlo en una ciudad grande a menos, por supuesto, de que las características particulares de ese poblado lo distinguan por tener una fuerte industria en el área.
- El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

FODA

- 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.

Análisis FODA, misión y visión de la empresa

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.
- 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. 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.
- Una visión, 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.

Bibliografía

UDS. (2023). *UDS*. Recuperado el 16 de Junio de 2024, de UDS:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364acd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>