



Mi Universidad

**Nombre del tema: Taller del
Emprendedor**

Nombre del Alumno: Wendy Cárdenas Guillén

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime

Nombre de la Licenciatura: Enfermería (LEN)

Cuatrimestre: 9no

DE LA IDEA DE NEGOCIO

DE LA IDEA DE NEGOCIO



ANALISIS FODA

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.



A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, LA MISIÓN SE TRADUCE EN ELEMENTOS CONCRETOS, COMO:

- Asignación de recursos (qué).
- Asignación de actividades (cómo).
- Asignación de responsables (quién).
- Asignación de tiempos (cuándo).

DESCRIPTIVOS

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo "interno", es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).



MISIÓN DE UNA 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.



- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios. Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

LOS OBJETIVOS DEBEN POSEER CIERTOS RASGOS O PECULIARIDADES, POR EJEMPLO:

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



Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.



- Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:
- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).

LA MISIÓN DEBE REUNIR CIERTOS REQUISITOS QUE LE DEN VALIDEZ Y FUNCIONALIDAD:

- Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:
- 1. ¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
- 2. ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
- 3. ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)



- Amplia
- Motivadora
- Congruente

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.

- Ventajas competitivas.
- Distingos competitivos.



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.



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.



VENTAJAS:

Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado.



- Por ejemplo, una empresa cuyo producto se encuentra en la industria del vestido, deberá obtener información sobre el crecimiento en ventas de esta industria en los últimos cinco años y determinar la proyección de desarrollo para los próximos dos, cuando menos, basados en los datos obtenidos.

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 (el primer paso fue redactar la misión).

En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.



ASPECTOS PARTICULARES

Un elemento más a resaltar en este punto es la importancia que la industria posee a niveles nacional, regional y local ya que, en gran medida, las proyecciones realizadas se reflejarán en este aspecto particular.

Es muy importante establecer con claridad los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá al mercado; La descripción, si bien no es necesario que sea muy precisa, sí debe proporcionar una idea clara del producto o servicio.

