

ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO BASADO EN LA MATRIZ DE EISENHOWER, APLICADO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y A LOS CICLOS FORMATIVOS ¿INNOVAMOS, O EMPRENDEMOS?



Primera edición, 2024
Autor: Miguel Ruiz Arlandis

Edita: Educàlia Editorial
Imprime: Grupo Digital 82, S. L.

ISBN:978-84-129220-4-2
Depósito Legal: V-3455-2024

Printed in Spain/Impreso en España.

Todos los derechos reservados. No está permitida la reimpresión de ninguna parte de este libro, ni de imágenes ni de texto, ni tampoco su reproducción, ni utilización, en cualquier forma o por cualquier medio, bien sea electrónico, mecánico o de otro modo, tanto conocida como los que puedan inventarse, incluyendo el fotocopiado o grabación, ni está permitido almacenarlo en un sistema de información y recuperación, sin el permiso anticipado y por escrito del editor.

Alguna de las imágenes que incluye este libro son reproducciones que se han realizado acogiéndose al derecho de cita que aparece en el artículo 32 de la Ley 22/18987, del 11 de noviembre, de la Propiedad intelectual. Educàlia Editorial agradece a todas las instituciones, tanto públicas como privadas, citadas en estas páginas, su colaboración y pide disculpas por la posible omisión involuntaria de algunas de ellas.

Educàlia Editorial
Avda. de las Jacarandas 2 loft 327 46100 Burjassot-València
Tel. 960 624 309 - 963 768 542 - 610 900 111
Email: educaliaeditorial@e-ducalia.com
www.e-ducalia.com

ÍNDICE

1- ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO BY HARVARD UNIVERSITY.....	4
2 . TENDENCIAS DE INNOVACIÓN APLICADAS A LA FORMACIÓN PROFESIONAL.....	38
3-MATRIZ DE EISENHOWER EN FP	221
3- CONCLUSIONES	226
WEBGRAFIA.....	254

1- ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO BY HARVARD UNIVERSITY

Generación de ideas

Una buena idea de negocio tiene que tener un valor que la haga especial y distinta de otras, tiene que ser única e innovadora. Además, debe responder a una necesidad del consumidor; y por supuesto, tiene que ser rentable. Hay que dejar claro, no obstante, que no todas las ideas deben ser revolucionarias u originales, pues estos aspectos no son necesariamente sinónimo de éxito seguro.

Es muy importante que ofrezca algo que no tiene la competencia y teniendo muy en cuenta, satisfacer las necesidades del consumidor.

Para que la elección sea acertada, se debe valorar la dimensión del mercado y la competencia.

A partir de la elección que se haga, se puede empezar a desarrollar un Plan de Negocio para su empresa, que tiene que ser viable tanto a corto como a largo plazo.

Después de haber observado y estudiado el entorno y la población de la zona, y usando el brainstorming como técnica de generación de ideas, que consiste en decir y anotar todas las ideas que surjan, sin descartar ninguna, surgen las siguientes propuestas de negocio:

- Idea 1: Establecimiento de comida fusión oriental-español
- Idea 2: Fabricación de cosmética natural
- Idea 3: Distribución piensos pequeños animales
- Idea 4: Comidas a domicilio para personas mayores
- Idea 5: Tienda regalos y artesanía

Las ideas de negocio con más probabilidades de éxito se generan pensando en el cliente objetivo. Lo que se busca en esta fase son problemas, no soluciones. ¿Qué carencias creemos que tiene nuestro mercado? Se deben identificar los beneficios que aportan nuestras ideas, para realizar una selección adecuada, capaz de dar respuestas a esos problemas.

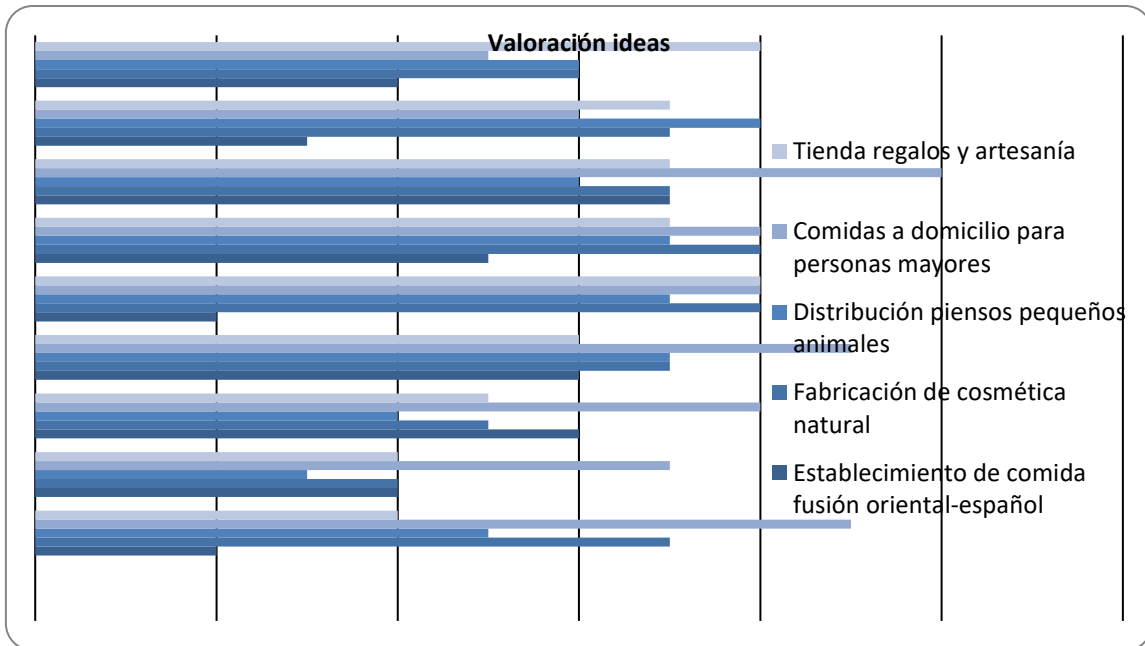
Selección de la mejor idea

Se valoran todas las ideas en función a los criterios descritos en la tabla, para elegir la más apropiada. Esto nos permitirá tener una idea más clara y concisa del proceso de elección:

	Establecimiento de comida fusión oriental-español	Fabricación de cosmética natural	Distribución piensos pequeños animales	Comidas a domicilio para personas mayores	Tienda regalos y artesanía
Satisface necesidades	2	7	5	9	4
Idea innovadora	4	4	3	7	4
Hueco de mercado	6	5	4	8	5
Expectativas de rentabilidad	6	7	7	9	6

Facilidad de puesta en marcha	2	8	7	8	8
Conocimientos del sector necesarios	5	8	7	8	7
Escasa competencia	7	7	6	10	7
Inversión inicial	3	7	8	6	7
Complejidad legislación aplicable	4	6	6	5	8
Puntuación total	39	59	53	70	56

Los datos y la conclusión quedan reflejados en el siguiente diagrama de barras, en el que se ven reflejadas las relaciones numéricas entre las diferentes ideas propuestas anteriormente, y el proceso hasta llegar a la elección de la idea mejor valorada.



La idea que se considera con más probabilidades de éxito es la de las *comidas a domicilio para personas mayores*, ya que cumple con las características de idoneidad necesarias para que el proyecto sea viable con las características de la zona, del mercado, de competencia. Además se adapta a las capacidades personales del emprendedor.

Así, la empresa cubrirá las necesidades de la gente mayor de la zona, que hasta ahora no estaban cubiertas. En el entorno se carece de este servicio, que por causas de envejecimiento de la población, se está haciendo necesario. Se ofrecen comidas a domicilio ya procesadas. Para su consumo sólo será necesario calentar el recipiente en el que se les servirá. Se evita así, a este tramo de población, el tener que ir a comprar y cocinar,

con el riesgo que eso supone a ciertas edades avanzadas. Además se ayudará a que tengan una alimentación sana, variada y equilibrada. (Se amplía esta información más adelante).

Objeto social de la empresa

Fijar el objeto social de una empresa es concretar qué actividades va a realizar la empresa, bien inmediatamente o en el futuro. Es importante hacerlo bien porque si no se detalla correctamente puede impedir la inscripción en el Registro Mercantil.

Se debe establecer un objeto social bastante amplio que incluya, además de las actividades principales, otras complementarias u otras que podrían interesar en un futuro. Hay que tener en cuenta que cualquier modificación estatutaria requiere el acuerdo de la Junta, la elevación a escritura pública de ese acuerdo y la inscripción en el Registro Mercantil.

El objeto social de una empresa debe ser posible, lícito y determinado. La legislación española sobre objetos sociales no da por válidos aquellos que tengan carácter impreciso o demasiado genérico. En tal caso, el Registro Mercantil desestimará su inscripción.

Una vez constituida la empresa, para modificar el objeto social será necesario modificar los estatutos, lo cual exige un acuerdo de la junta general, elevarlo a escritura pública e inscribirlo en el Registro Mercantil, con los gastos que esto puede conllevar. A la hora de fijar el objeto social

se deben tener en cuenta las posibles incompatibilidades de la actividad que se va a desarrollar o si su realización solo está admitida para determinado tipo de profesionales.

Las actividades que va a desarrollar la empresa, o sea, el objeto social, son la elaboración y preparación de comidas, su venta y su posterior transporte a domicilio.

Elección de nombre y logotipo

Aunque la denominación social de la empresa será Nuria Lou Muñoz SLNE (es la forma jurídica que mejor se ajusta a mis circunstancias, porque se permite la Sociedad Limitada Nueva Empresa unipersonal, su capital social está dividido en participaciones sociales y la responsabilidad frente a terceros está limitada al capital aportado. Además, el capital social mínimo, que deberá ser desembolsado íntegramente mediante aportaciones dinerarias en el momento de constituir la sociedad, es de 3.000€ y el máximo de 120.000€), el nombre elegido para la marca comercial es ***HOMEFOOD, Calentar y Disfrutar.***

El nombre es adecuado porque es muy descriptivo, define el espíritu de la empresa, suena bien, es fácil de recordar y transmite lo que queremos, que la gente entienda que es un servicio de comidas caseras a domicilio.

El logotipo de la empresa es la marca con la que nuestros clientes nos identificarán. Será nuestra imagen, y nos permitirá distinguarnos de la competencia.

Debe ser sencillo, original, fácilmente recordable y debe captar la esencia de la empresa. Debe ser además atemporal.

En el aspecto más técnico, debe poderse reproducir a cualquier tamaño (ser vectorizado) y debe poderse adaptar a diferentes formatos (para tarjetas, para textiles, para marca de agua,...).

Estará presente en todos los elementos de la empresa, desde el rótulo hasta las facturas, las bolsas, los uniformes, las tarjetas, el material publicitario,...

Este es el logo elegido:



Ejemplo de tarjeta de presentación