

**NOMBRE DEL ALUMNO:**

Wendi Pérez Zunun

**NOMBRE DEL PROFESOR:**

Magner Joel Herrera

**LICENCIATURA:**

Enfermería

**MATERIA:**

Taller del emprendedor

**NOMBRE DEL TRABAJO:**

Mapa conceptual:

“Nacimiento de la idea de negocio”

NACIMIENTO DE LA IDEA DEL NEGOCIO

IDEA ORIGINAL

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

CUALIDADES

- Atractivas
- Duraderas
- Estar sustentadas en productos o servicios

OPORTUNIDADES EN CATEGORÍAS

Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.

Es posible fabricar un producto más barato o de mejor calidad que los existentes

Exportar productos en otro país

Reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.

PROPUESTA DE VALOR

Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

CARACTERÍSTICAS

Reflejar la funcionalidad o servicio que una empresa ofrece a los clientes.

Incluir información como plazos de entrega y riesgos o expectativas.

Conocer y reflejar las características visibles o no

Comunicar lo que lo diferencia de la competencia.

Ser lo suficientemente simple y entendible

ELEMENTOS A VALORAR

Cualidad del producto

Imagen y prestigio

GENERACIÓN DE IDEAS

No es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto.

Se trata de tener una estrategia que permita entrar en el

ELEMENTOS A VALORAR

El mercado

La experiencia que recibió el cliente

Las alternativas y diferencias de otros productos.

Evidencias sobre las ventajas en el mercado.

Ayuda al consumidor a reducir otros costos.

Reduce riesgos para el consumidor

Es más fácil de usar que otros productos

PROPUESTAS A CONSIDERAR

Mejor compra o menor costo total:

Fijar precios económicos y de calidad servicio.

Vanguardia en el desarrollo de productos:

Colocar como productos líderes a los más novedosos.

Llave en mano:

Ofrecer la solución a necesidades de la población.

Cautiverio:

Busca acaparar a la mayor parte de compradores para dejar sin clientes a los competidores.

BENEFICIOS A DEMOSTRAR

Se ofrecerá a un precio menor que el de los otros competidores

MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, sea económico o social.

ELEMENTOS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Análisis FODA

Análisis de la industria y del mercado

Análisis técnico-operativo

Análisis organizacional y de gestión.

Análisis financiero.

ELEMENTOS A VALORAR

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- Definir los procesos clave de negocio
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado.

CARACTERÍSTICAS

BAJOS COSTOS

Consta en disminuir los costos y así hacer frente a la

Medidas

Aumento de la confiabilidad del producto.

De uso fácil

Aumento de garantía

Entrega rápida

INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor

Ejemplos:

- En sus actividades
- En sus costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas
- El procesamiento
- El resultado final

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE LOS NEGOCIOS

Según Chesbrough y Rosenbloom

Propuesta de valor

Segmento de mercado

Estructura de la cadena de valor

Generación de ingresos y ganancias.

Posición de la compañía en la red de competidores

Según Osterwalder y Pigner

Segmento del mercado

Propuesta de valor

Canales de distribución

Relación con los consumidores

Flujos de efectivo

Recursos clave

Actividades clave

Socios clave

Estructura de costos