



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de alumnos: Rocio del Carmen Diaz Sanchez

Nombre del profesor: Lic. Icel Bernardo Lepe.

Nombre del trabajo: Nacimientos de ideas de negocios.

Materia: Taller del emprendedor .

Grado: 9no. Cuatrimestre Trabajo Social y Gestión Comunitaria.

Grupo: A

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de junio de 2020.



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

se clasifican

Naturaleza del proyecto
es el primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen
se dice que una vez que se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzga convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas

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

Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa
se dividen en:
- **Propuesta de valor:** tiene en claro que claro cual 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.
- **Nombre de la empresa:** Descriptivo, la determinación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
- **Descripción de la empresa:** es el giro de una empresa es su objeto y vocación principal. Comercial, industrial, servicios.
- **Ubicación y tamaño de la empresa:** una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un probado pequeño.

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa
se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.
se dividen en:
- **Misión de la empresa:** debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
- **Visión de la empresa:** se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
- **Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.**
- **Ventajas competitivas:** se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Elementos de los modelos de negocios
proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer.
por lo tanto, los principales elementos que componen a un modelo de negocios

Estevolver y Pigneur
existen elementos esenciales en el modelo de negocio, y estos cubren las principales áreas del negocio:
- Segmento de mercado
- Propuesta de valor
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores
- Flujos de efectivo
- Recursos clave
- Actividades clave

Chesbrough y Rosenbom
se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.
donde la posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.
es la forma en que se generan los ingresos el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
identificando competidores y consumidores.
manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.
Estrategia competitiva

Segmento de mercado: se dice que los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio.
Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
Relación con los consumidores: se dice que la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
Flujos de efectivo: es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto.
Recursos clave: permiten que las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
Actividades clave: describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias.
pueden permitir que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
estas propuestas pueden ser cuantitativas como el precio, velocidad en el servicio o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía.
puede pedir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor.

Propuesta de valor: claro cual 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.
Nombre de la empresa: Descriptivo, la determinación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
Descripción de la empresa: es el giro de una empresa es su objeto y vocación principal. Comercial, industrial, servicios.
Ubicación y tamaño de la empresa: una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un probado pequeño.
Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Propuesta de valor: se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.
Estructura de la cadena de valor: donde la posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.
Generación de ingresos y ganancias: es la forma en que se generan los ingresos el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
Posición de la compañía en la red de referentes (competencia): identificando competidores y consumidores.
Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.

Segmento de mercado: se dice que los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio.
Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
Relación con los consumidores: se dice que la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
Flujos de efectivo: es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto.
Recursos clave: permiten que las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
Actividades clave: describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias.
pueden permitir que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
estas propuestas pueden ser cuantitativas como el precio, velocidad en el servicio o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía.
puede pedir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor.

Propuesta de valor: claro cual 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.
Nombre de la empresa: Descriptivo, la determinación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
Descripción de la empresa: es el giro de una empresa es su objeto y vocación principal. Comercial, industrial, servicios.
Ubicación y tamaño de la empresa: una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un probado pequeño.
Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Propuesta de valor: se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.
Estructura de la cadena de valor: donde la posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.
Generación de ingresos y ganancias: es la forma en que se generan los ingresos el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
Posición de la compañía en la red de referentes (competencia): identificando competidores y consumidores.
Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.

Segmento de mercado: se dice que los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio.
Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
Relación con los consumidores: se dice que la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
Flujos de efectivo: es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto.
Recursos clave: permiten que las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
Actividades clave: describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.
a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias.
pueden permitir que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
estas propuestas pueden ser cuantitativas como el precio, velocidad en el servicio o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía.
puede pedir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor.

Propuesta de valor: claro cual 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.
Nombre de la empresa: Descriptivo, la determinación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
Descripción de la empresa: es el giro de una empresa es su objeto y vocación principal. Comercial, industrial, servicios.
Ubicación y tamaño de la empresa: una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un probado pequeño.
Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.

Misión de la empresa: debe ser la misión de una empresa es su razón de ser.
Visión de la empresa: se dice que visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que respaldan a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.
Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
Ventajas competitivas: se clasifican en Ventajas competitivas y Distintos competitivos.