Nombre de alumno: DAVID ALEJANDRO PADILLA CRUZ

Nombre del profesor: JORGE ENRIQUE ALBORES

Nombre del trabajo: CUADRO SINOPTICO

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: 9º.

Grupo: "A"

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de JUNIO de 2020.

2.2 Generación de ideas.

- **Generación de ideas**
  - Una idea, si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.
    - 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.
      - Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas
        - ¿Por qué es necesario el producto?, ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?
- **El emprendedor requiere.**
  - El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.
    - La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor.
      - El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
        - Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece.
          - Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.
- **Elementos relacionados con el cliente.**
  - Características del mercado potencial.
    - Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
      - Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
        - A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
          - Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta.
            - Canal o canales de distribución.
- **Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa**
  - Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos, etcétera).
    - 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,

2.3 Modelo de negocio.

- **Un modelo de negocio.**
  - Conocido como diseño de negocios describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.
    - modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.
      - Una estructura que será ciertamente útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman.
        - El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio.
- **Desarrollo del modelo.**
  - Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades , Debilidades y Amenazas).
    - Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
      - -Análisis técnico–operativo.
        -Análisis financiero.
        - Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- **Los modelos de negocio.**
  - Al planear un negocio es necesario definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio.
    - La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.
      - Un modelo de negocio es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos.
        - Ramírez cita a Rappa (2005), quien señala que el modelo de negocio es —el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico.
- **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.