

Nombre de alumnos: Eric Williams López Abadia.

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez Guillen

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico Unidad 2

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 05 de Junio de 2020.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro

Las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

Una vez que se logran validar estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico, con alto potencial de crecimiento económico, sustentabilidad y perdurabilidad

Propuesta de valor

La meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado

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

Generación de ideas

No siempre, 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, en ocasiones el cambio está en el servicio

Modelo de negocio

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

Un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Modelo de negocio

El diseño del modelo de negocio que se seleccione no es definitivo, sino que debe evolucionar ante el entorno cambiante, lo que generará variaciones en el futuro de los modelos generados en el presente.

Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio. || Según Amit y Zott (2001: 511).

Chesbrough y Rosenbloom (2001) definen el modelo de negocio de una forma más detallada pues para ellos es necesario, después de tener una idea de valor e identificar el segmento de mercado, poner atención en los costos y en las estrategias a utilizar.

Un modelo de negocio tiene tres funciones

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.

Características de los modelos de negocios

Bajos costos

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son: ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad

Innovación y diferenciación

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente, de otra forma no habrá una preferencia por el producto.