

**Nombre de alumna: Escandón
Hernández Anallely**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz
Pérez Guillen**

**Nombre del trabajo: Cuadro
sinóptico**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

**Grupo: Medicina veterinaria y
zootecnia**

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Nacimiento de la idea de negocio

Idea original

- ✓ Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento
- ✓ Diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia
- ✓ una razón para escoger ese producto y no otro.

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

Oportunidades

Una de las vías para encontrar ideas y oportunidades es prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

Zimmerer

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.

Metzger y Donaire

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

Fayolle

Emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental.

Porter

La cadena de valor, a través de ella se identifica los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

Mejía

estrategia empresarial y se define como una mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios, así como los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase y que pueden ser disfrutados por los clientes

Kotler

Está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta

Propuesta de valor

Ideas

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, otras veces está en el proceso de producción.

Alex Osborn

¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?

A veces ni siquiera es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto o servicio, simplemente se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito.

Generación de ideas

Modelo de negocio

Describe

La forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea

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 aterrizar sus ideas en la realidad.

Características de los modelos de negocio

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único. La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el secreto del modelo).

Elementos de los modelos de negocio

Propuesta de valor

Mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor

Segmento de mercado

Consumidores los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes

Estructura de la cadena de valor

Posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.

Generación de ingresos y ganancia

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 oferentes

Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.

Estrategia competitiva

Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

Naturaleza del proyecto

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

- El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.
- Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas

Justificación de la empresa

Importancia

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.

Propuesta de valor

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia.

Nombre de la empresa

Es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características

Descripción de la empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

Ubicación y tamaño de la empresa

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.

- Descriptivo
- Original
- Atractivo
- Claro y simple
- Significativo
- Agradable

- Comercial
- Industrial
- Servicios

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa.

FODA

Herramienta

Valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

MISION

Es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

- Amplia
- Motivadora
- congruente

VISION

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

Objetivos

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

Ventajas

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido.

- Ventajas competitivas
- Distingos competitivos.