

**Nombre del alumno:**

Yareni Velázquez González

**Nombre del profesor:**

**Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga**

**Licenciatura:**

Lic. Enfermería

**Materia:**

**Taller de emprendedor**

**Nombre del trabajo:**

Cuadro sinóptico:

“”

. 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

Propuesta de valor como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

La propuesta de valor se da en etapas (o posicionamientos):

. Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida (por ejemplo, mayor calidad, más seguridad, más prestigio, menos costo).

E • Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos, menos por mucho menos, más por menos.

• Y por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a usted?

Modelo de negocio

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).  
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).  
- Análisis técnico-operativo.  
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.  
- Análisis financiero

Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución)

Un modelo de negocio tiene 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

Características de los modelos de negocios

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).

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

1 Bajos costos  
Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

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

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes

¿Quién es el cliente potencial para la empresa?  
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?  
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?

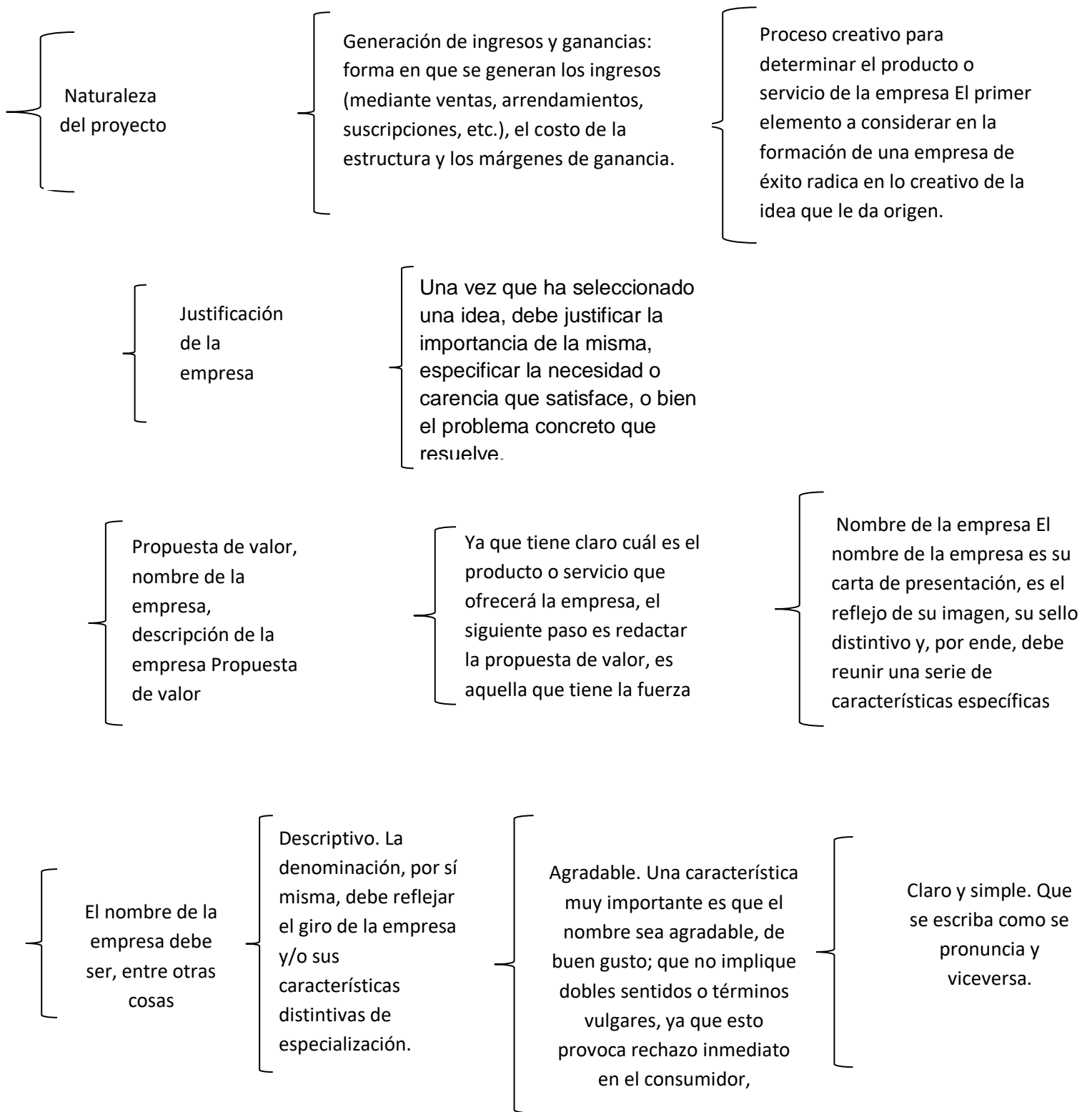
Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, son los siguientes

Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.

• 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.

Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades

Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.



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).

**Industrial.** Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.

**Servicios.** Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro

**Comercial.** Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

Ubicación y tamaño de la empresa

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

El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno

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

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo —interno||

Misión de la empresa La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades

La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo:

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios

La misión debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad

Amplia. Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares

Motivadora. Que inspire a quienes laboran en la empresa; pero que no sea tan ambiciosa que se perciba

Congruente. Debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella

Visión de la empresa Al igual que la, la visión de la empresa es una declaración que ayuda el emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.