



Nombre del alumno:

ANGELA LIZBETH GONZALEZ FIGUEROA

Nombre del profesor:

LIC. LIKZA HALLY ROBLERO MUÑOZ

Licenciatura:

TRABAJO SOCIAL Y GESTIÓN COMUNITARIA

Grado: 9°NO CUATRIMESTRE

Grupo: C

Materia:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

Nombre del trabajo:

CUADRO SINOPTICO:

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Frontera Comalapa, Chiapas a 30 de mayo del 2020

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

PROPUESTA DE VALOR

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

GENERACIÓN DE IDEAS

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece.

BAJOS COSTOS

- Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas y/o rechazo por parte de los compradores.
- El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIO

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.

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 específicas.

ANALISIS FODA

- El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.
- Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo —internoll, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse).

CARACTERISTICAS

- Reflejar la funcionalidad el servicio la imagen.
- Incluir información importante para los clientes.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa.
- Ser lo suficientemente simple y entendible.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicio.

LO QUE DEBE DE ANALIZAR CON CUIDADO EL EMPRENDEDOR

- El mercado.
- La experiencia que recibió el cliente.
- El producto o servicio que ofrece el cliente.
- Las alternativas y las diferencias.
- Evidencias o pruebas que tiene la empresa.

MODELO RECOMENDADO

- Análisis FODA
- Análisis de la industria y del mercado.
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero.

CATEGORIAS SEGÚN: KAPLAN Y NORTON

- Mejor compra o menor costo total.
- Vanguardia en el desarrollo de productos.
- Llave en mano: ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos.
- Cautiverio: busca acaparar a la mayor parte de compradores.

EL MODELO DE NEGOCIO CUENTA CON:

ASPECTOS

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado

FUNCIONES

1. Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
2. Atrae a líderes e inversionistas.
3. Obliga a los emprendedores a —aterrizarll sus ideas en la realidad.

INNOVACION Y DIFERENCIA

- 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.
- Algunas otras formas de establecer diferenciación en la cadena de valor incluyen trato al cliente, tiempo de entrega, garantía, calidad y servicio, entre otras.
- Las compañías que agregan diferenciación en sus productos y procesos son atractivas también para hacer inversiones en ellas.

PRINCIPALES ELEMENTOS

- ❖ Propuesta de valor.
- ❖ Segmento de mercado.
- ❖ Estructura de la cadena de valor.
- ❖ Generación de ingresos y ganancias.
- ❖ Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia).
- ❖ Estrategia competitiva.

PRINCIPALES AREAS DE NEGOCIO

- ✓ Consumidores
- ✓ Oferta
- ✓ Infraestructura
- ✓ Viabilidad financiera

EL NOMBRE DE LA EMPRESA DEBE SER

- Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
- Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado)
- Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar.
- Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

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

MISION 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.

VISION DE LA EMPRESA

La visión de la empresa es una declaración que ayuda el emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.