



**Nombre de alumnos:**

**Damaris Yesenia Pérez López**

**Nombre del profesor:**

**Myreille Erendira Rodríguez**

**Nombre del trabajo:**

**Mapa conceptual Unidad II**

**Materia:**

**Taller del emprendedor**

**Grado:**

**9° cuatrimestre, semiescolarizado**

**Grupo:**

**“BC”**

## Unidad II.- Nacimiento de la idea de negocio

Idea original

para

Jeffrey Timmons (1990)

asegura

que

“Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio”

según

Puchol (2005)

las oportunidades que se convertirán

en

ideas de negocios

caben algunas categorías

Tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Diferenciará un producto con elementos similares

Tienen cualidades

son

atractivas

duraderas

estar sustentadas en productos o servicios

agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

Existe demanda de un producto o servicio

nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad

Fabricar un producto

ofrecer un servicio barato y de mejor calidad, que los existentes

Un producto es susceptible de ser sustituido

por algo apreciado como de mayor valor por el cliente

Un producto susceptible de ser mejorado

para mejorar la calidad del producto

En un país existe un producto que en otro no es conocido

producto “nuevo”, en países donde no existe

En un país se importa un producto extranjero

que podría ser producido y comercializado en ese lugar

El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento

puede producirse y comercializarse

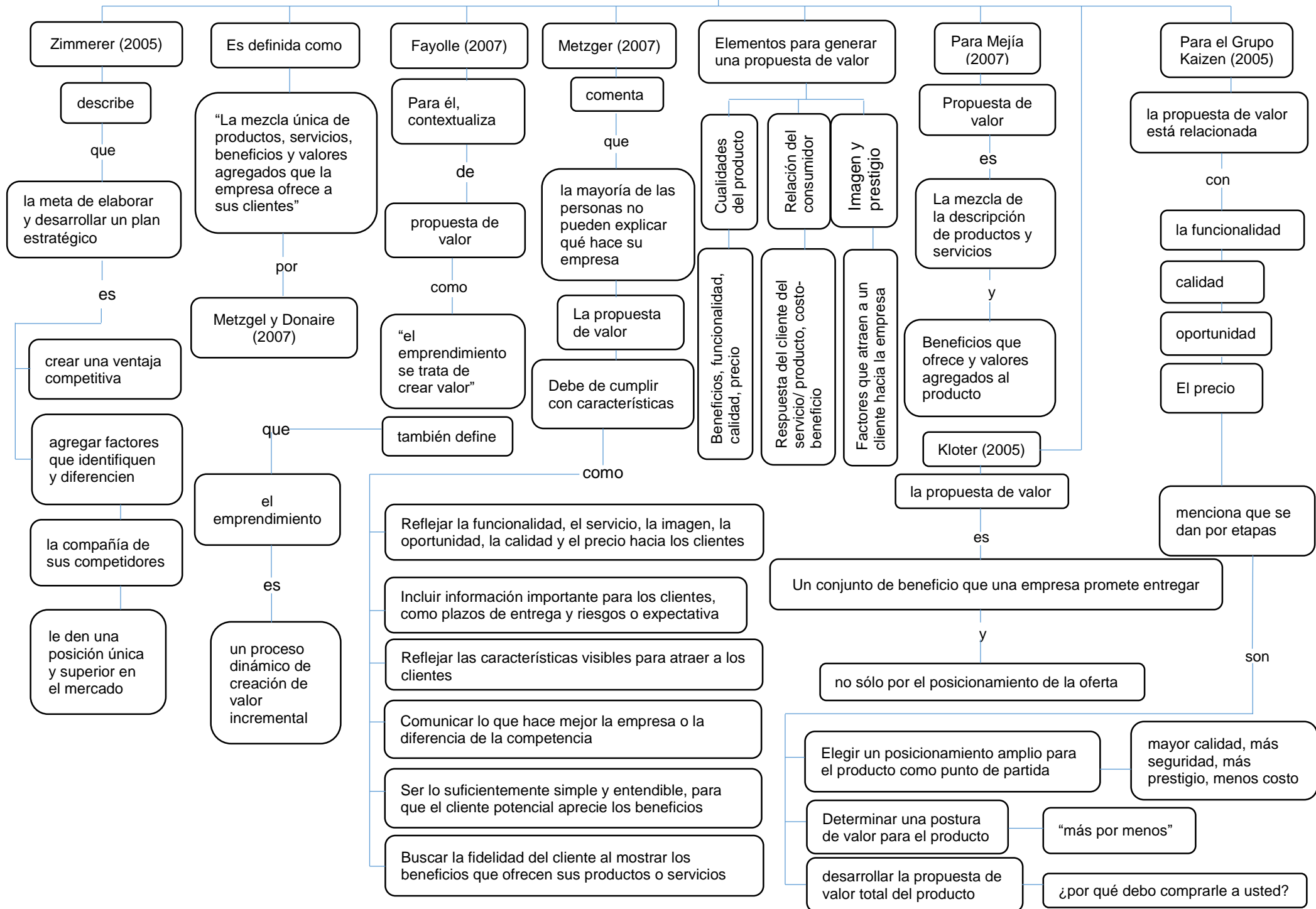
Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria

Capacidad para sustituir una materia

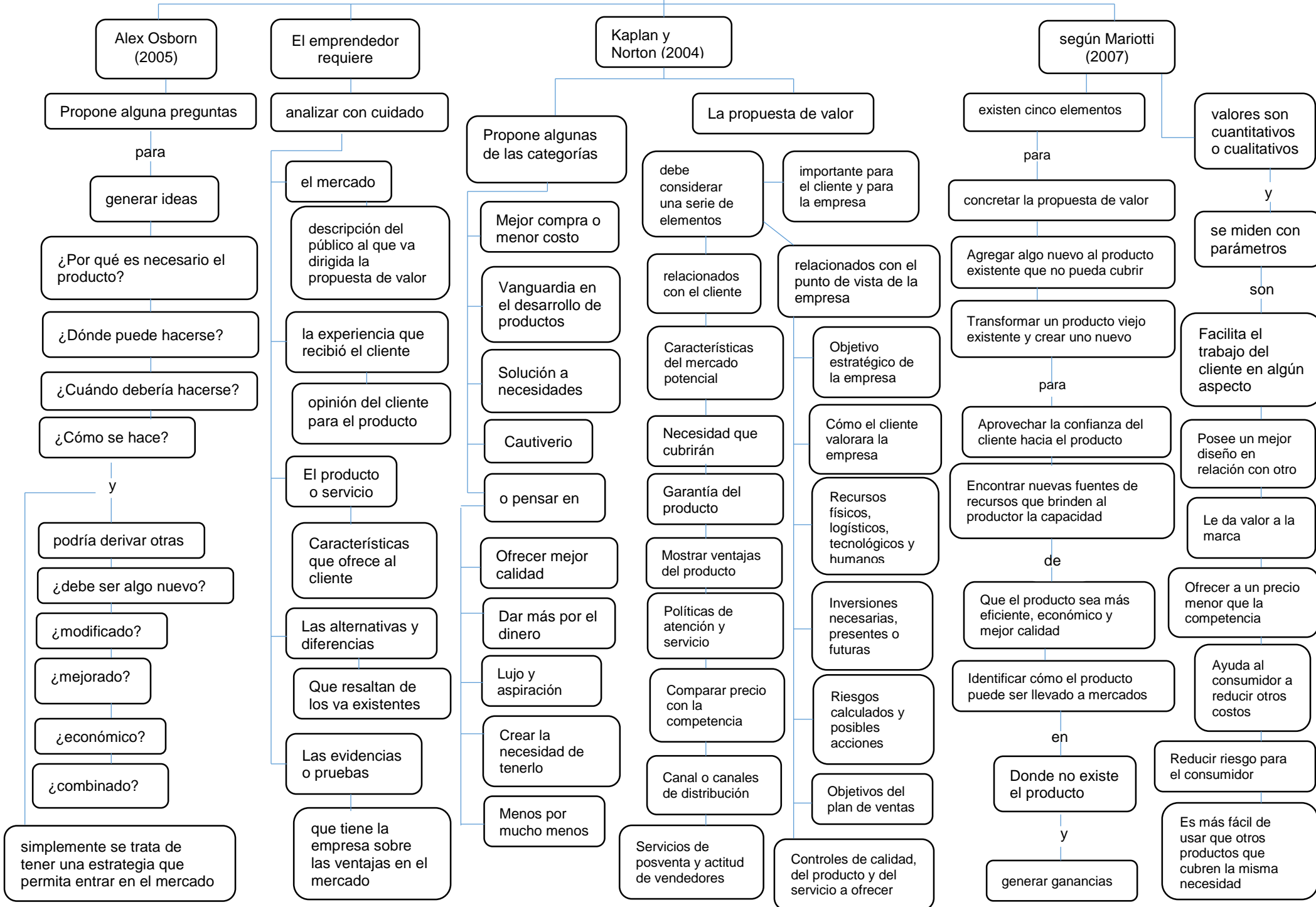
por otra que ofrezca más ventajas

precio, calidad, disponibilidad o beneficio social

## 2.1 Propuesta de valor



## 2.2 Generación de ideas



## 2.3 Modelo de negocio

describe la forma que una organización crea, captura y entrega valor social o económico

diseño de negocios

o

Existen varios modelos recomendados

para

una buena planeación estratégica

como

Análisis FODA

Fortalezas

Oportunidades

Debilidades

Amenazas

Análisis de la industria y del mercado

Análisis técnico-operativo

Análisis organización al y de gestión del recurso humano

Análisis financiero

un modelo de negocio

es

es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura

para

ser rentable y obtener ganancias

Ramírez (2005)

Señala que el modelo de negocio

es

el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica

para

La creación del valor económico

Comprenden 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

Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo

Configurar sus recursos para utilizarlos

Asegurar un modelo de ingreso, que satisfaga a clientes internos y externos

Magretta (2002)

Propone que

Un modelo de negocio

debe enfocarse en diseñar su producto/servicio para una necesidad conocida, a través de un proceso innovador

para

hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente

Un modelo de negocio

tiene

tres funciones esenciales

Guía las operaciones de una compañía

prever el curso futuro de la empresa

ayuda a planear una estrategia para el éxito

Atrae a líderes e inversionistas

Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad

Alexander Osterwalder, 2009

"Un modelo de negocio describe la base para saber cómo una organización crea, entrega y captura valor"

acciones necesarias para establecer el modelo de negocio

y

se agrupan en tres categorías

Política

forma en la que se deben hacer las cosas

Activos

¿Cómo invertir?

Legales

condiciones legales y administrativas

## 2.4 Características de los modelos de negocios

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias

debe de haber

el objetivo de un modelo de negocio

es

Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

Bajos costos  
2.4.1

tomar para mantener los costos lo más bajo posible

Ser el número uno en el área o sector

Tener un buen control

Esquema administrativo modesto

Materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya

Puede darse en diferentes medidas

como

aumento de la confiabilidad del producto

que éste sea de más fácil uso

aumento de la garantía

entrega rápida

Innovación y diferenciación  
2.4.2

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador

y

se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor

algunas formas de establecer diferenciación en la cadena de valor

son

trato al cliente

tiempo de entrega

garantía

calidad

servicio

Según Lewis  
(2007)

las empresas que desean tener éxito y permanecer en un mercado

recomienda

deben confrontar varios retos

que

deben plantearse modelos de negocio

con

las siguientes características

El uso de tecnologías apropiadas

que favorezcan su eficiencia técnica, operativa, administrativa, financiera y de mercado

Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo

el uso óptimo y eficiente de recursos es clave para competir

La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales

## 2.5 Elementos de los modelos de negocios

según Chesbrough y Rosenbloom

un modelo de negocio

Los principales elementos

son

Propuesta de valor

descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema

Segmento de mercado

es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto

Estructura de la cadena de valor

posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor

Generación de ingresos y ganancias

¿Cómo se generan los ingresos, el costo de la estructura y margen de ganancia?

Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)

Estrategia competitiva

la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible

Según Osterwalder y Pigneur (2009)

existen nueve elementos esenciales

para

el modelo de negocio

y

cubren las principales áreas del negocio

consumidores

ofertas

infraestructura

viabilidad financiera

son

Actividades clave

describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio

Socios clave

red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio

Estructura de costos

incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio

para

crear y entregar el valor ofertado en la propuesta

Segmento del mercado

esto permitirá que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades

Propuesta de valor

es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás

Canales de distribución

es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores

Relación con los consumidores

la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan

Flujos de efectivo

es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto

Recursos clave

Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado

y

obtener ganancias

## 2.6 Naturaleza del proyecto

Definir la esencia del mismo

¿cuáles son los objetivos de crearlo?

¿cuál es la misión que persigue?

¿por qué se considera justificable desarrollarlo?

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

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

## 2.7 Justificación de la empresa

una vez que ha seleccionado una idea

debe justificar la importancia de la misma

y

especificar la necesidad

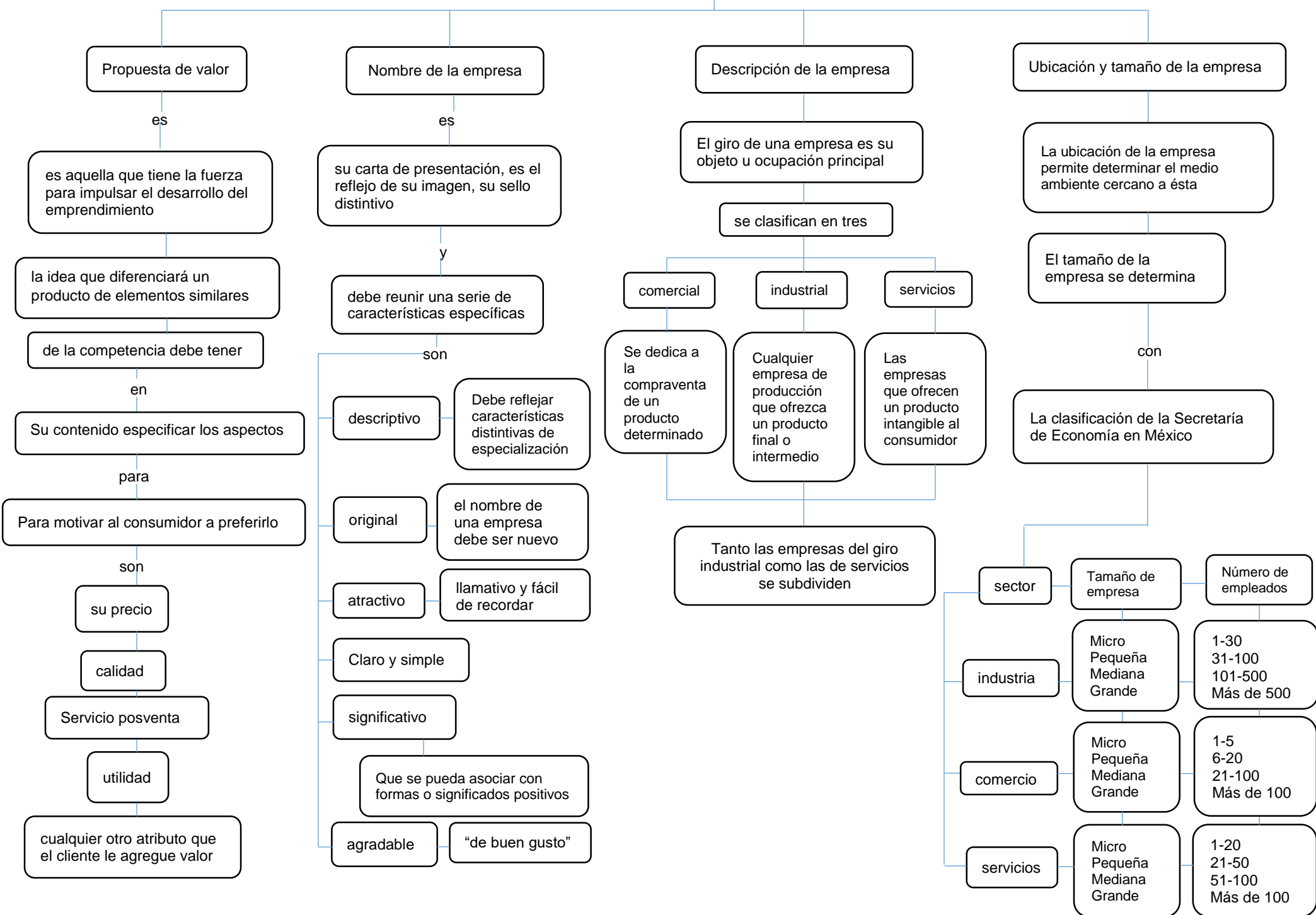
o

carencia

que satisface el producto



## 2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa



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

