



Nombre del alumno:

Aylin Santiz López

Nombre del profesor:

Lic. Myreille Erendira Rodríguez

Nombre del trabajo:

Cuadro sinóptico: nacimiento de la idea de negocio.

Materia:

Taller del emprendedor.

Grado:

Noveno cuatrimestre

Grupo: "C"

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de julio del 2020.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Idea original

Aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Tienen cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos que agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

Propuesta de valor

Metzel y donaire la definen como una mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes

Según fayolle es el emprendimiento se trata de crear valor

Debe cumplir con las Características

- 1.- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, que una empresa ofrece.
- 2.- Incluir información importante para los clientes
- 3.- Conocer y reflejar las características, visibles o no
- 4.- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
- 5.- Ser lo suficientemente simple y entendible
- 6.- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen

Generación de ideas

Preguntas para generar ideas

¿Por qué es necesario el producto?
¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

El emprendedor debe analizar

El mercado, la experiencia que recibió el cliente, el producto o servicio que ofrece al cliente, las alternativas y las diferencias, las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Elementos para asegurar el éxito

- 1.- Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto.
- 2.- Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien.
- 3.- Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva.
- 4.- Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor capacidad.
- 5.- Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía

Modelo de negocio

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

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 eficientemente.

Funciones esenciales

Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa, 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

Medidas para mantener los costos más bajos

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.

Otras formas de establecer diferenciación en la cadena de valor incluyen trato al cliente, tiempo de entrega, garantía, calidad y servicio.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Idea original

Aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Tienen cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos que agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

Elementos de los modelos de negocios

Según Chesbrough y Rosenbloom

- 1.- Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor
- 2.- Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto
- 3.- Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor
- 4.- Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos
- 5.- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia): identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.
- 6.- Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva,

Según Osterwalder y Pigneur

- 1.- Segmento del mercado. (los consumidores)
- 2. Propuesta de valor.
- 3. Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
- 4. Relación con los consumidores: la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan
- 5. Flujos de efectivo de precio.
- 6. Recursos clave de valor.
- 7. Actividades clave.
- 8. Socios clave: red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio
- 9. Estructura de costos: incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio.

Naturaleza del proyecto.

Se debe definir los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

Justificación de la empresa.

Se debe justificar la importancia de la misma, 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 la carta de presentación, el reflejo de su imagen, su sello distintivo, con características específicas.

Debe ser

Descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo, agradable

Descripción de la empresa

Tipos.

- Comercial.
- Industrial.
- Servicios.

Ubicación.

Buena ubicación de la empresa, y con un buen tamaño

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Idea original

Aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Tienen cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos que agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

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

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto.

Misión de la empresa

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

Requisitos para validez y funcionalidad

- 1.- Amplia
- 2.- Motivadora
- 3.- Congruente

Visión de la empresa

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

Debe ser

- Motivadora.
- Clara y entendible
- Factible o alcanzable,
- Realista
- Alineada

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

Rasgos

- 1.- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- 2.- Proporcionar líneas de acción específicas.
- 3.- Ser medibles
- 4.- Ser claros y entendibles.

Ventajas competitivas

Ventajas competitivas

Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado;

Distingos competitivos

Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los presenta.