



**Nombre de alumno: Blanca Yamileth López Matías.**

**Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina.**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico.**

**Materia: Taller Del Emprendedor.**

**Grado: 9°**

**Grupo: "B"**

**Fecha de entrega:**

**12/06/20**

# UNIDAD II: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

## NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

Tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y sustentadas en productos o servicios que crean valor a los clientes dispuestos a pagar por ello.

Jeffrey Timmons asegura que: "Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito del negocio."

## PROPUESTA DE VALOR.

Metzgel y Donaire define a la propuesta de valor como: "La mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregado que la empresa ofrece a sus clientes."

La propuesta de valor depende de los siguientes elementos:

**Cualidades del producto:** Se refiere a los beneficios que ofrece el producto.  
**Relación con el consumidor:** Es la respuesta del cliente hacia el producto o servicio.  
**Imagen y prestigio:** Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa.

## GENERACIÓN DE IDEAS.

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor es utilizar las preguntas que Alex Osborn propone:

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

- 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.

## 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.

Existen elementos fundamentales que facilitan el desarrollo del modelo:

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

## UNIDAD II: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

### CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS.

Un modelo de negocios describe las operaciones de la compañía. Su objetivo es mantener los costos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

#### BAJOS COSTOS.

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos los más bajos posibles son:

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 diferenciación o innovación debe ser el valor para el comprador, y se proporciona la reducir el costo del producto.

Debe de tener las siguientes características: El uso de tecnologías apropiadas, Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo, y la producción local, por la reducción de costos

### ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS.

Según Chesbrough y Rosenbloom, los principales elementos que componen un modelos de negocios son:

**PROPUESTA DE VALOR:** 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.

**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, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.

**GENERACIÓN DE INGRESOS Y GANACIAS:** 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 (COMPETENCIAS):** 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.

# UNIDAD II: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

## NATURALEZA DEL PROYECTO.

Se debe definir la esencia del negocio, es decir los objetivos de crearlo, cual es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

## 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.

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

Dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, como es:

- Precio.
- Calidad.
- Servicio posventa.
- Utilidad.

## PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

### NOMBRE DE LA EMPRESA.

Es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas.

El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas:

- Descriptivo.
- Original.
- Atractivo.
- Claro y Simple.
- Significativo.
- Agradable

### 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 (SE).

- Comercial.
- Industrial.
- Servicios

Tanto las empresas del giro industrial como las de servicio se subdividen, a su vez por industria.

### UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA.

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

La empresa tiene que ofrecer productos o servicio de acuerdo a las necesidades de la población.

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

**UNIDAD II: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.**

**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 proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

**MISIÓN DE  
LA  
EMPRESA.**

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe.

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

- Amplia.
- Motivadora.
- Congruente.

**VISIÓN DE LA  
EMPRESA.**

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

Una misión debe de ser:

- Motivadora para todos los integrantes.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable.
- Realista.
- Alineada con la misión y valores de la empresa.

**OBJETIVOS DE  
LA EMPRESA A  
CORTO,  
MEDIANO Y  
LARGO PLAZO.**

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.

Los objetivos deben poseer ciertos rasgos:

- Ser alcanzables en el plazo fijo.
- Proporcionar líneas de acción específicas.
- Ser medibles.
- Ser claros y entendibles.

**VENTAJAS  
COMPETITIVAS.**

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.

- Distintos competitivos: Peculiaridades del producto y, o servicio que lo hacen especial.
- Distingos competitivos: Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa que le dan imagen a la misma.