



Nombre del alumno: Rafael Salas Palacios

Nombre del profesor: Lic. Jezabel Ivonne Silvestre Montejo

Licenciatura: Psicología

Materia: Taller del Emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del trabajo: Nacimiento de la Idea de Negocio (Cuadro sinóptico)

**N
A
C
I
M
I
E
N
T
O
D
E**
**L
A
I
D
E
A
D
E
N
E
G
O
C
I
O**

PROPUESTA DE VALOR

Es una oferta de marca total, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios, porque al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.

- CARACTERÍSTICAS:**
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
 - Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

GENERACION DE IDEAS

- ¿Por qué es necesario el producto?, ¿Dónde puede hacerse?, ¿Cuándo deberá hacerse?, ¿Cómo se hace?, ¿Cómo debería hacerse?...
- ¿Debe ser algo nuevo?, ¿Modificado?, ¿Mejorado?, ¿Económico?, ¿Combinado?, etc.
- ¿Mejora el desempeño o rendimiento del producto o servicio?
- ¿El producto o servicio se adapta a las necesidades específicas de un consumidor?

MODELO/DISEÑO DE NEGOCIO

- TRES FUNCIONES:**
- 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.

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

- TRES CATEGORÍAS:**
1. Política: forma en la que se deben hacer las cosas.
 2. Activos: forma en la que el dinero debe invertirse (obtenerse y utilizarse).
 3. Legales: condiciones legales y administrativas que deben seguirse para el control de las categorías políticas y de activos.

- ASPECTOS:**
- **Seleccionar a sus clientes**
 - **Segmentar sus ofertas de productos/servicio.**
 - **Crear valor para sus clientes.**
 - **Conseguir y conservar a los clientes.**
 - **Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).**
 - **Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.**
 - **Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.**
 - **Asegurarse un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.**

N
A
C
I
M
I
E
N
T
O
D
E

L
A
I
D
E
A
D
E
N
E
G
O
C
I
O

MODELO/DISEÑO
DE NEGOCIO

CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS DE
NEGOCIOS:

BAJOS COSTOS: 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, 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.

PLANTEAMIENTO DE IDEAS DE NEGOCIO,
ENTRE OTRAS:

- El uso de tecnologías apropiadas
- Bajar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales, además no solo debe centrarse en el consumidor o en el producto...

ELEMENTOS DE LOS
MODELOS DE
NEGOCIOS

Chesbrough y Rosenbloom

- 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

Osterwalder y pigner (2009)

1. Segmento del mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con los consumidores
5. Flujos de efectivo
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

**N
A
C
I
M
I
E
N
T
O
D
E
L
A
I
D
E
A
D
E
N
E
G
O
C
I
O**

NATURALEZA DEL PROYECTO

¿Cuál es el objetivo 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.
(" ")

JUSTIFICACION DE LA EMPRESA

Especificar la necesidad o carencia (detalladamente) que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA.

PROPUESTA DE VALOR: especifica los aspectos que motivaran al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.
NOMBRE DE LA EMPRESA: debe ser entre otras cosas;
Descriptivo
Original
Atractivo
Claro y simple
Significativo
Agradable
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA: tipos de empresa de acuerdo a la **Secretaria de Economía**;
Comercial
Industrial
Servicios
UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA: la ubicación permite determinar el medio ambiente cercano a ésta y 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

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Ventajas competitivas.

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) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar, pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

Misión de la empresa: es la razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. 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 Asus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

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. Debe ser:

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, ...etc.

Objetivos de la empresa: 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 (el primer: redactar la misión). Los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo;

- Asignación de recursos (qué)
- Asignación de actividades (cómo)
- Asignación de responsabilidades (quién)
- Asignación de tiempos (cuándo)

ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Ventajas competitivas.

Los objetivos deben poseer cierto rasgos o peculiaridades, por ejemplo:

- Ser alcanzables en el plazo fijado
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades)
- Ser medibles (cuantificables).
- Ser claros y entendibles.

Clasificación:

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año)
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años)
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años)

Ventajas

- Ventajas competitivas:
- Distingos competitivos