

**Nombre del alumno: Jocelyn Alexia Pérez Flores**

**Nombre del profesor: Mireya del Carmen García Alfonzo**

**Nombre del trabajo: mapa conceptual**

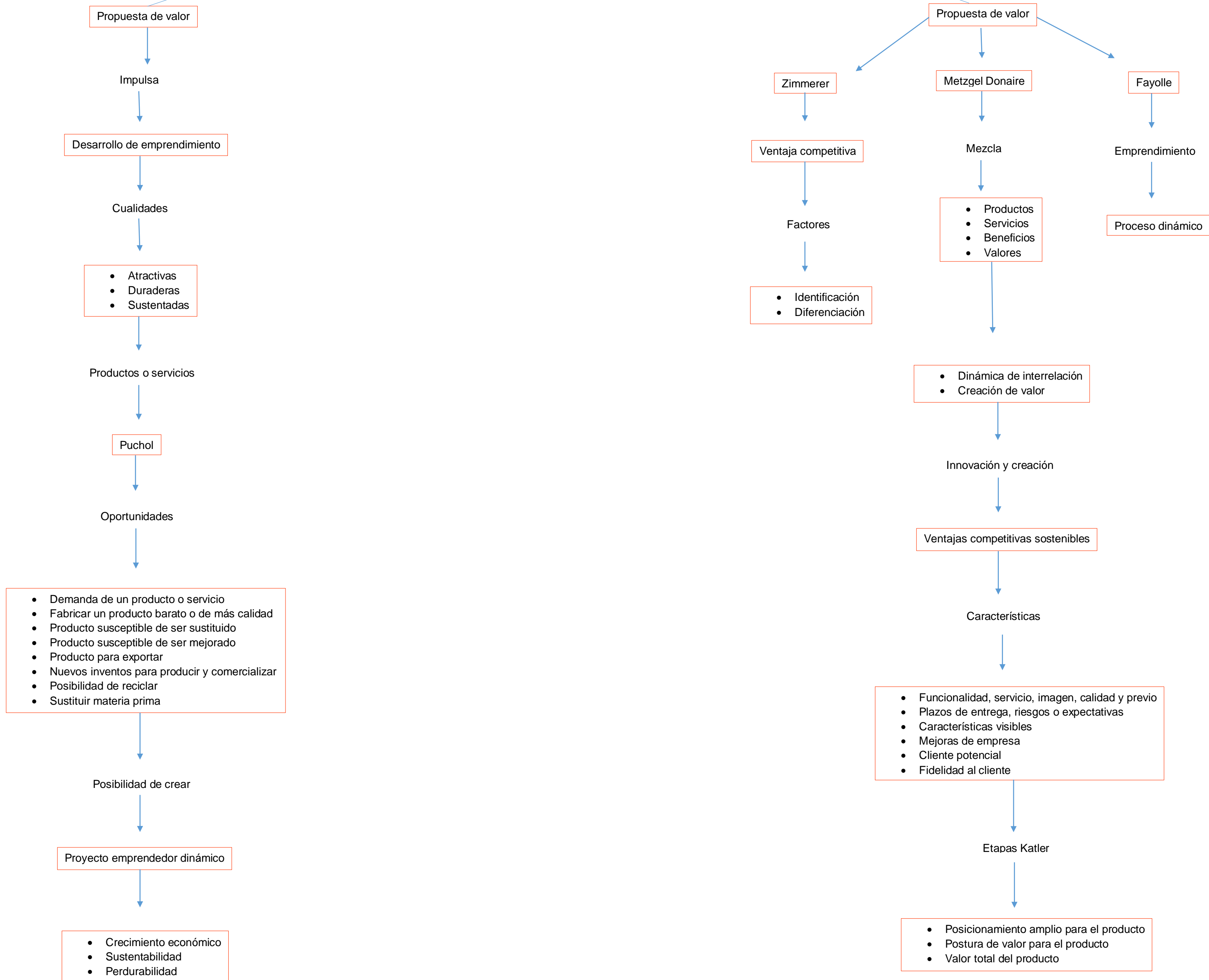
PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: taller del emprendedor**

**Grado: 9no. Cuatrimestre**

**Grupo: A**

# Nacimiento de la idea de negocio



# Nacimiento de la idea de negocio

## Generación de ideas

Necesidades o problemas requeridos

Perspectivas de éxito

- Conocimiento clave del cliente
- Plan de negocios

## Emprendedor

- Mercado
- Experiencia del cliente
- Producto o servicio
- Alternativas y diferencias
- Evidencias o pruebas

## Categorías Kaplan y Norton

- Mejor compra o menor costo
- Vanguardia de productos
- Llave en mano
- Cautiverio
- Mejor calidad
- Más dinero
- Lujo y aspiración
- Necesidad de tenerlo
- Lo mismo por lo menos
- Menos por mucho menos

## Elementos del cliente

- Mercado potencial
- Beneficios de permanencia
- Descripción del producto
- Políticas de atención y servicio
- Competencia
- Personas vendedoras o puntos de vista
- Canales de distribución
- Posventa

## Vista de la empresa

- Objetivo estratégico
- Logros de la empresa
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos
- Inversiones necesarias
- Riesgos calculados y posibles acciones
- Plan de ventas
- Información interna
- Buen control
- Control de calidad y servicio

## Elementos Mariotti

- Nuevas tecnologías para nuevos productos
- Tecnología existente para un nuevo bien
- Tecnología existente para un producto viejo
- Producto de forma eficiente, económica y de calidad
- Ganancias del productor

## Cualitativos cuantitativos

Facilita el trabajo del cliente

- Mejor diseño
- Valor de marca
- Precios menores
- Riesgo reducido
- Facilidad de productos

Necesidades satisfechas de los consumidores

## Modelo de negocio

Forma de organización

- Crea
- Captura
- Entrega valor

Económico o social

## Desarrollo del modelo

- Análisis FODA
- Industria y mercado
- Técnico-operativo
- Organización y gestión
- Financiero

Modelos de negocio

- Selección de clientes
- Oferta de producto/servicio
- Valor a los clientes
- Conseguir y conservar clientes
- Salir al mercado
- Procesos de negocio
- Recursos eficientes
- Modelo adecuado

Funciones

- Guía de operaciones de compañía
- Líderes e inversionistas
- Aterrizar ideas en la realidad

## Características de los modelos de negocios

Operaciones de la compañía

Incluye

- Componentes
- Procesos
- Funciones

Resultado

- Costo para la empresa
- Valor para el consumidor

Mantienen

- Costos fijos-bajos
- Maximiza las ganancias

Combina áreas

- Producción
- Capital
- Mercado
- Trabajo
- Administrativa

# Nacimiento de la idea de negocio

## Bajos costos

- Aumento de ganancias
- Disminución de costos

Las compañías buscan

- Tecnología
- Calidad

Medidas del consumidor

- Confiabilidad del producto
- Fácil uso
- Aumento de garantía
- Entrega rápida

## Innovación y diferenciación

- Valor al comprador
- Reducción de costos
- Mejor o mayor utilidad al producto
- Diferenciación real y percibida

Deseos de la empresa

- Éxito
- Permanecerán en el mercado
- Confrontar retos

Modelos de negocio

Lewis

- Tecnologías apropiadas
- Recursos eficientes
- Lógica de reducción de costos

## Elementos de los modelos de negocios

- Selección de clientes
- Producto o servicio

Principales elementos

Chesbrough y Rosen Bloom

Propuesta de valor

Descripción

- Consumidor
- Producto
- Valor del producto

Segmento del mercado

Grupo

Consumidores del producto

Cadena de valor

- Posición de compañía
- Valor creado

Ingresos y ganancias

Forma

- Ingresos generados
- Costo de estructura
- Márgenes de ganancia

Posición de compañía

Identificación

- Competidores
- Compañías
- Complementarias
- Proveedores
- Consumidores

Estrategia competitiva

Desarrollar ventajas

- Competitiva
- Aprovechable
- Sostenible

Elementos esenciales

- Consumidores
- Oferta
- Infraestructura
- Viabilidad financiera

Segmento del mercado

Modelo de negocio

Propuesta de valor

Resolver un problema o satisfacer

Canales de distribución

Experiencia del consumidor

Relación con los consumidores

- Personales
- Auto matizadas

Flujos de efectivo

Estrategia de precio

Recursos clave

- Físicos
- Información
- Técnicos
- Humanos
- Financieros

Actividades clave

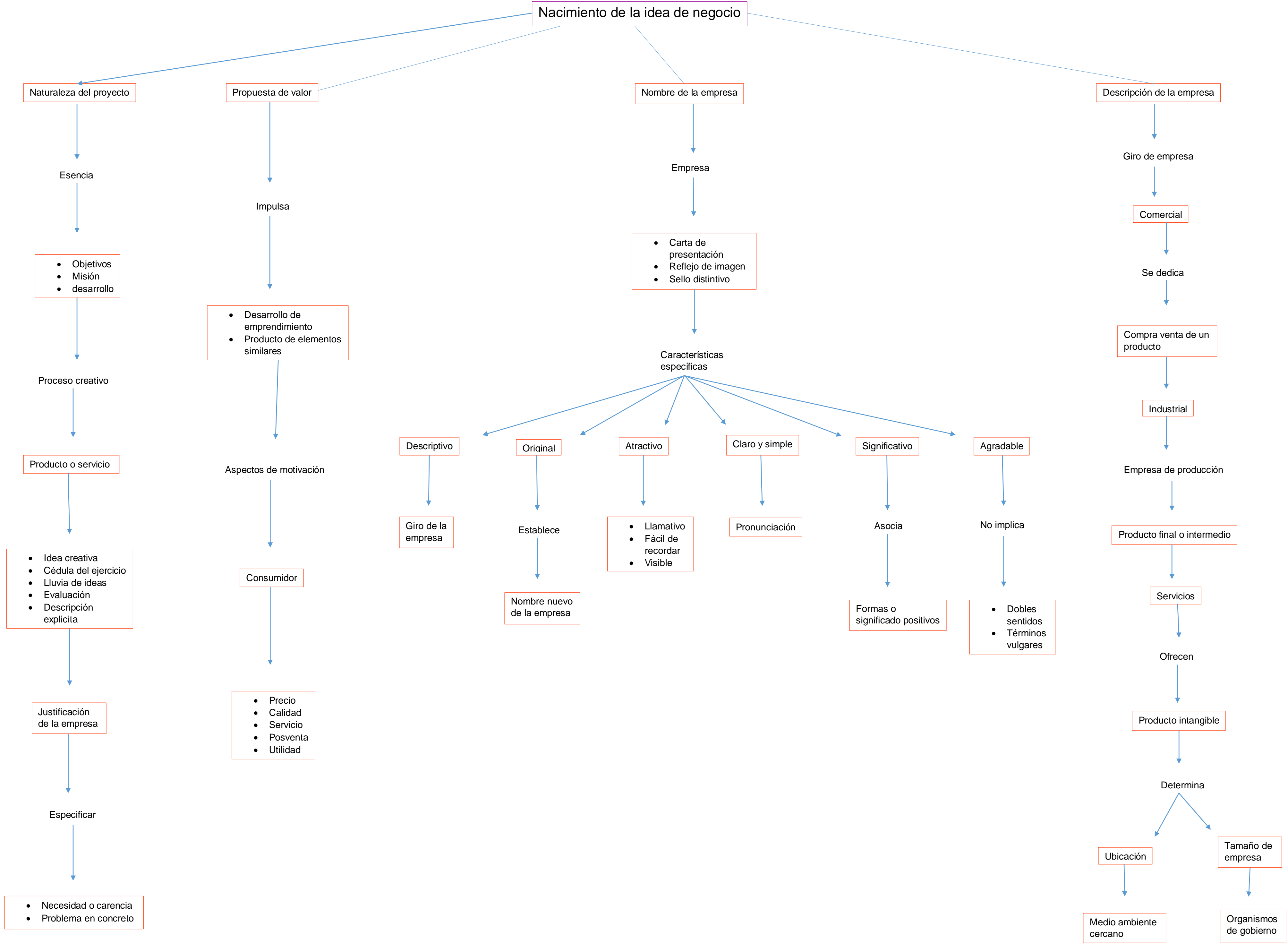
- Producción
- Prevención
- Solución
- Desarrollo

Socios clave

- No competidores
- Competidores
- Distribuidores
- Financieros
- Proveedores

Estructura de costos

- Recursos
- Actividades
- Socios clave



Nacimiento de la idea de negocio

Análisis FODA

Emprendedor

- Viabilidad actual
- Futuro del proyecto

Componentes

- Fortalezas
- Debilidades
- Oportunidades
- Amenazas

Acciones

- Debilidades-fortalezas
- Amenazas-oportunidades

Misión de la empresa

Propósito o motivo

- Sentido
- Guía de actividades

Características

- Atención
- Alta calidad en productos y servicios
- Mejoramiento continuo
- Innovación

Requisitos de validez y funcionalidad

- Amplia
- Motivadora
- Congruente

Visión de la empresa

Declaración

Permite establecer

- Objetivos
- Estrategias

Visión

- Motivadora
- Clara y entendible
- Factible o alcanzable
- Realista
- Alineado y con valores

Objetivos de la empresa

Elementos concretos

Asignación

- Recursos
- Actividades
- Responsables
- Tiempos

Rasgos

- Alcanzables
- Acción específico
- Mediables
- Claros y entendibles

Objetivos

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

Ventajas competitivas

Productos y servicios

Competitiva

Aceptación

Aspectos únicos

Distingos competitivos

Estrategias de la empresa

Imagen de los productos y servicios