



Nombre de alumno: Fabiola Elizabeth Pérez Morales

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez.

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual Unidad 2-3.

Materia: Taller Del Emprendedor.

Grado: 9° cuatrimestre

Grupo: LPS19SDC0118-H

Comitán de Domínguez Chiapas a 21 de julio del 2021.

Nacimiento de la idea de negocio.

Idea original.

Idea que tiene la fuerza para impulsar el emprendimiento y lo diferenciará de productos similares.

Cualidades.

- Atractivas.
- Duraderas.
- sustentadas en productos/servicios que agregan valor.

Propuesta de valor.

Generación de ideas.

Modelo de negocios.

Elementos de los modelos de negocios.

Naturaleza del proyecto.

Justificación de la empresa.

Propuesta de valor, etc.

Análisis FODA, etc.

Metzgel

Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Depende de

- Cualidades del producto.
- Relación con el consumidor.
- Imagen/prestigio

Etapas según Kotler

- Elegir posicionamiento.
- Determinar una postura de valor.
- Desarrollar la propuesta.

Preguntas de Alex Osborn

- ¿Por qué es necesario el producto?
- ¿Dónde puede hacerse?
- ¿Cuándo debería hacerse? Etc.

Analizar

- El mercado.
- El producto/servicio.
- La experiencia del cliente.
- Las alternativas y diferencias.

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor.

Funciones

- Guía las operaciones
- Atrae líderes.
- Aterrizar ideas.

Características.

- Costos fijos bajos y el valor para el cliente alto.
- Hacer algo que lo diferencie de la competencia.

- Propuesta de valor.
- Segmento de mercado.
- Estructura de la cadena de valor.
- Generación de ingreso.
- Posición.
- Estrategia competitiva.

Ante una idea creativa es necesario definir su objetivo, su misión, que busca, etc.

Señalar importancia, especificar la necesidad que satisface, o bien el problema que resuelve.

Descripción de la empresa.

- Giro empresarial:
- Comercial.
 - Industrial.
 - Servicios.

Idea que diferenciará un producto de elementos similares.

Nombre de la empresa.

- Descriptivo
- Atractivo
- Original
- Agradable
- Significativo

Herramienta empleada para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto.

Componentes.

- Amenazas.
- Fortalezas.
- Debilidades.
- Oportunidades

Misión.

Es la razón de ser de la empresa.

Visión.

Indica hacia dónde se dirige a largo plazo.

Productos/servicio.

Lo que se ofrece al mercado, para satisfacer una necesidad o resolver un problema.

Implantación del modelo de negocio.

El mercado.

Encargado del

Proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece al cliente.

Objetivos del Marketing.

Es necesario que se defina qué es lo que se dese lograr con el producto o servicio a corto, mediano y largo plazo.

En cuanto a

- Ventas.
- Distribución.
- Posición en el mercado.

Investigación del mercado.

Herramienta

Para obtener información del mercado; del cliente

Relacionada a

- *Tamaño del mercado.
- *consumo aparenté.
- *demanda potencial.

Estudio del mercado.

Medio para

recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo

Conocer de forma directa la opinión del cliente sobre el producto/s ervició.

A través de

- Encuesta.
- Entrevista.

Las 4 P's.

Puntos de venta.

Son rutas de distribución que permitirán hacer llegar el producto al cliente.

Promoción/ publicidad.

Permite dar a conocer producto mediante medios publicitarios (periódico, volantes).

Producto.

La presentación de este es importante, juega un gran papel las marcas, los empaques y las etiquetas.

Precio.

Es el valor monetario que se paga por el bien o servicio, con un balance entre precio-calidad-funcionalidad.

Producción.

Es la.

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Bienes.

- *Industriales.
- *Consumo.

Servicios.

- *Comerciales.
- *Profesionales

Elementos de producción.

1. Especificaciones del producto o servicio.
2. Descripción del proceso de producción.
3. Tecnología disponible.
4. Equipo e instalaciones.
5. Materia prima.
6. Nivel máximo de producción.
7. Ubicación de la empresa.
8. Diseño y distribución de planta y oficinas.
9. Programa de producción.

Organización.

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientement e los objetivos

Elementos de la organización.

Estructura organizacional

Describe

Funciones, puestos y perfiles en base a los objetivos.

Funciones específicas por puesto.

Diseño

Del manual operativo de cada área funcional con sus políticas operativas.

Administración de sueldos y salarios.

Implica

Jerarquizar los puestos de la empresa para una remuneración justa entre responsabilid-obligacion.

Marco legal de la organización.

Se debe

Constituir legalmente una empresa y cumplir con sus obligaciones como tal, evitando así inconvenientes.