



**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.

#### 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.

### Generación de ideas.

#### 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.

### Modelo de negocios.

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.

### Elementos de los modelos de negocios.

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

### Naturaleza del proyecto.

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

### Justificación de la empresa.

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

### Propuesta de valor, etc.

Idea que diferenciará un producto de elementos similares.

#### Nombre de la empresa.

- Descriptivo
- Atractivo
- Original
- Agradable
- Significativo

#### Descripción de la empresa.

##### Giro empresarial:

- Comercial.
- Industrial.
- Servicios.

### Análisis FODA, etc.

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.