Nombre de alumno: Blanca Asucena Pérez Jiménez

Nombre del profesor: Jorge Enrique Albores

Nombre del trabajo: Mapa conceptual II
Unidad "Nacimiento de la idea de negocio"

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9°

Grupo: "C"

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de junio de 2021.

UNIDAD II NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

GENERACIÓN DE IDEAS

- ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE
  - Características del vendedor
  - Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia
  - Precio al que se venderá
  - Políticas de atención y servicio
  - Beneficios de permanencia
  - Canal o canales de distribución
  - Necesidad que cubrirán
  - Servicios de posventa
  - Características del mercado potencial
- ELEMENTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA
  - recursos
    - físicos
    - logísticos
    - humanos
    - tecnológicos
    - controles de calidad
    - sistema de información internos
    - objetivos de plan de ventas
  - Como lograr que la empresa sea percibida correctamente
  - Riesgos calculados y posibles acciones
  - Objetivo estratégico de la empresa
    - como
    - altruismo
    - rentabilidad
  - inversiones
    - futuras
    - presentes
    - necesarias
- CATEGORÍAS PROPUESTAS POR KAPLAN Y NORTON
  - Ofrecer lo mismo por lo menos
  - Menos por mucho menos
  - Crear la necesidad de tenerlo
  - Vanguardia en el desarrollo de productos
  - Llave en mano
  - Mejor compra o menor costo total
  - Cautiverio
  - Ofrecer mejor calidad
  - Dar más por el dinero
  - Lujo y aspiración
- ELEMENTOS SEGÚN MARIOTTI
  - Identificar como el producto se puede llevar a mercados que no distribuían antes
  - Tecnología existente para crear algo nuevo
  - Nueva tecnología para nuevo producto
  - Tecnología ya existente para crear un producto viejo de forma nueva
  - Nuevas fuentes de recursos para crear un producto eficiente
- PARÁMETROS
  - menor
    - precio
  - facilita
    - El trabajo del cliente
  - posee
    - mejor diseño
  - valor
    - a la marca
  - reducir
    - riesgo al consumidor
  - facil
    - uso ante la competencia
  - reducir
    - otros gastos al consumidor
- EL EMPRENDEDOR DEBE ANALIZAR
  - Producto o servicio que ofrece al cliente en términos
    - de
    - características o atributos de valor para el cliente
  - Alternativas y diferencias
  - Evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas
  - Experiencia que recibió el cliente
  - Mercado
- RESPUESTAS CLARAS
  - ¿Cómo le gusta ser tratado a mi cliente?
  - ¿Cómo ve mi cliente a mi empresa?
  - ¿Por qué compra mi cliente?
  - ¿Qué lo hace ser fiel a una marca?
  - ¿Qué espera mi cliente?
- ALEX OSBORN
  - propone
  - para genera ideas
    - ¿Debe ser modificado?
    - ¿Debe ser combinado?
    - ¿Debe ser algo nuevo?
    - ¿Cómo se hace?
    - ¿Cuándo debería hacerse?
    - ¿Por qué es necesario el producto?
    - ¿Debe ser mejorado?
    - ¿Dónde puede hacerse?
    - ¿Debe ser económico?

PROPUESTA DE VALOR

- DEFINICIONES
  - MEJÍA
    - define
    - Mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios
      - beneficios que ofrece y valores agregados
  - PORTER
    - le llama
    - CADENA DE VALOR
  - FAYOLLE
    - Proceso dinámico de creación de valor incremental
  - METZGEL / DONAIRE
    - es
    - Mezcla única
      - Valores agregados
      - Productos
      - Servicios
      - Beneficios
- CARACTERÍSTICAS
  - buscar
    - fidelidad del cliente mostrando los beneficios del producto o servicio
  - ser
    - entendible y simple
  - que
    - Conocer y reflejar las características visibles o no
    - atraen al comprador
  - Incluir información importante
    - plazos de entrega
    - riesgos
    - expectativas
  - comunicar
    - lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
  - reflejar
    - Funcionalidad
      - calidad
      - precio
      - servicio
    - imagen
    - oportunidad
- ELEMENTOS
  - Cualidades del producto
  - Relación con el consumidor
  - Imagen y prestigio
- ETAPAS
  - por
  - KOTLER
    - desarrollar
    - la propuesta de valor total del producto
      - responder
      - ¿Por qué debo comprale a usted?
    - elegir
      - Posicionamiento amplio para el producto
        - menos costo
        - mayor calidad
        - más seguridad
        - más prestigio
    - determinar
      - Postura de valor para el producto
        - más por más
        - más por menos
        - menos por mucho menos
        - más por lo mismo
        - lo mismo por menos

MODELO DE NEGOCIO

- ASPECTOS
  - Definir los procesos clave del negocio que debe llevars a cabo
  - Salir al mercado
  - Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente
  - Conservar y conseguir a los clientes
  - Asegurar un modelo de ingreso correcto
  - Seleccionar a sus clientes
  - Segmentar sus ofertas de producto/servicio
  - Crear valor para sus clientes
- FUNCIONES ESENCIALES
  - guia
    - Las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa
      - ayuda
        - planear una estrategia para el éxito
    - Atrea a lideres e inversionistas
      - Obliga a los emprendedores a centrar sus ideas a la realidad
- ELEMENTOS FUNDAMENTALES
  - Análisis financiero
  - Análisis de la industria y del mercado
  - Análisis FODA
  - Análisis técnico-operativo
  - Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- CATEGORÍAS DE LAS ACCIONES NECESARIAS
  - por
    - CASADEUS-MASANELL
  - Políticas
  - Activos
  - Legales
- Diseño de negocio
  - conocido
  - describe
    - la forma en que una organización crea, captura y entrega valor económico o social
- ACTIVIDADES
  - política
  - estrategias
  - relación con los clientes
  - obtención de recursos
  - esquemas de financiamiento
  - infraestructura
  - operaciones
  - Propósito
  - bienes que ofrece
  - estructura organizacional

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

- BAJOS COSTOS
  - medidas
    - para mantener los costos bajos
      - número 1 en el área o sector
      - esquema administrativo modesto
      - control
      - materias primas superiores
      - tecnología con alto control de calidad
  - para
    - Aumentar el margen de ganancias
      - se debe
      - disminuir los costos
- INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN
  - debe ser
    - de valor para el comprador
      - formas de
        - establecer diferenciación
          - trato al cliente
          - tiempo de entrega
          - garantía
          - calidad
          - servicio
- CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS
  - estrategia
    - de compañía de combinar y poner a trabajar
      - áreas
        - producción
        - trabajo
        - capital
        - administrativa
        - mercado
- PARA SER UN MODELO ATRACTIVO SE NECESITA
  - elementos de los modelos de negocios
  - justificación de la empresa
  - naturaleza del proyecto
  - propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa
  - INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN
  - BAJOS COSTOS
  - análisis FODA, misión, visión de la empresa, productos y servicios

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- JEFFRY TIMMONS
  - Asegura
    - Es un requisito para el éxito posterior
      - pero no
        - Asegura el éxito del negocio
- IDEA ORIGINAL
  - es
    - Fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento
- CATEGORÍAS SEGÚN PUCHOL
  - existe
    - Demanda de un producto o servicio insatisfecho
  - un
    - Producto susceptible de ser sustituído
  - hay
    - Posibilidad de fabricar un servicio u ofrecerlo más barato o mejor calidad
  - existe
    - En un país un producto que no es conocido y sería bueno exportarlo
  - existe
    - En un país se importa un producto extranjero
  - un
    - Emprendedor o asociado ha desarrollado un nuevo invento para comercializarse
  - hay
    - Posibilidad de reciclar materia prima o desperdicios
      - capacidad
        - sustituír materia prima por otra que ofrezca más ventajas
          - Precio
          - Beneficio social
          - Calidad
          - Disponibilidad

BIBLIOGRAFÍA
https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/51c2458b20be367736adcf281e09c960-LC-LEN904.pdf