



Nombre de alumnos: Esmeralda Aguilar
Avendaño

Nombre del profesor: Jorge Enrique Albores

Nombre del trabajo: mapa conceptual

Materia: taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9° cuatrimestre

Grupo: "c"

UNIDAD II

2.0 NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

una

IDEA ORIGINAL

la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento idea que diferenciará al producto

Con elementos similares a la competencia dará a los compradores una razón para elegir ese producto y no otro

CUALIDADES

Atractivas Duraderas
Sustentadas productos o servicios

que Crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

CATEGORÍAS DE LAS OPORTUNIDADES CONVERTIDAS EN IDEAS DE NEGOCIOS

PUCHOL (2005) -Demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho esta necesidad

Es Posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes

Existe Un producto de un país que no es conocido y sería buena oportunidad exportar

VÍAS PARA ENCONTRAR LAS OPORTUNIDADES

Prestar atención a los cambios de todo tipo
Socioculturales Ambientales
Económicos Tecnologías

2.1 PROPUESTA DE VALOR

Definida por: METZGEL Y DONAIRE (2007)

Valores agregados, productos y servicios

FAYOLLE (2007) DEFINE PROPUESTA DE VALOR. Como emprendimiento de crear valor

ELEMENTOS,

Cualidades del producto
Relación con el consumidor
Imagen y prestigio

PORTER 1985.

Define propuesta de valor con el nombre de cadena de valor, identifica los procesos a seguir dentro del negocio.

2.2 GENERACIÓN DE IDEAS

Las ideas tienen que ver con el producto, aunque no siempre a veces el producto es el mismo y lo que varía es el proceso

ALEX OSBORN. Propone formas de iniciar la generación de propuestas de valor para generar ideas y proponer preguntas

El emprendedor requiere analizar con cuidado.

Alternativas y diferencias, mercado, experiencia que recibió el cliente, producto o servicio que ofrece el cliente, evidencias o pruebas que tiene la empresa

VALORES CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS

Se mide con los parámetros, facilita el trabajo del cliente, ayuda al consumidor a reducir otros costos, menores precios

2.3 MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma de una organización crea, captura, entrega valor, económico, y social

DISEÑO DE NEGOCIOS

Es diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar, iniciar y operar la misma

ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE PLANEACION ESTRATEGICA PARA UN NEGOCIO Y FACILITAR EL DESARROLLO DEL MODELO

Análisis foda, análisis de la industria y mercado, análisis organizacional y de gestión del recurso humano, análisis funcionario, análisis técnico-operativo

MODELO DE NEGOCIOS COMPRENDEN EL ASPECTO

Salir al mercado

Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente

Asegurar un modelo de ingreso adecuado que satisfaga a clientes internos y externos

Definir los procesos clave de negocios que deben llevarse a cabo

Selección a sus clientes

Segmentar sus ofertas de producto/servicio

Crear valor para sus clientes

Conseguir y conserva clientes

2.4 CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El objetivo, es mantener los costos fijos bajos, valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

Estrategias de la compañía

Combinar y poner a trabajar sus áreas de capital, producción, mercado, trabajo, administrativa

Determinan un modelo de negocio único, ventajas competitivas

BAJOS COSTOS

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, las mismas ganancias, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos

MEDIDAS PARA MANTENER COSTOS BAJOS

Buen control.
Ser el número uno
Materías primas superiores
Aumento de la garantía
Entrega rápida
Confiabilidad del producto

INNOVACION Y DIFERENCIACION

La empresa debe hacer algo diferente a sus competidores en todas las actividades y costos en el proceso de producción, manejo de materia prima, adquisición

CARACTERISTICAS PARA UN NEGOCIO EXITOSO

Uso de recursos como capital y trabajo.
Producción local. Uso de tecnologías apropiadas