



Mi Universidad

Cuadro Sinoptico

Nombre del Alumno: Fatima Montserrat Cruz Hernandez

Nombre del tema : Nacimiento de la idea de negocia

Parcial: 2do

Nombre de la Materia: taller del emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez

Nombre de la Licenciatura: Enfermeria

Cuatrimestre: 9no

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

PROPUESTA DE VALOR

La meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

Según Porter, la cadena de valor es un concepto muy importante, ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

GENERACIÓN DE IDEAS

Aunque no siempre, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio

ALEX OSBORN (2005)

¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?

MODELO DE NEGOCIO

El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). - Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia). - Análisis técnico-operativo. - Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.

FUNCIONES ESENCIALES

Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito. - Atrae a líderes e inversionistas. - Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

BAJO COSTO

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son: ser el número uno en el área o sector

INNOVACION

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios

ELEMENTOS ESENCIALES

- Segmento del mercado
- Propuesta de valor
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores
- Flujos de efectivo
- Recursos clave
- Actividades clave
- Socios clave
- Estructura de costos

NATURALEZA DEL PROYECTO

Es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo

TIPO DE EMPRESA

- Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
- Industrial. Cualquier empresa de producción.
- Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible

ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones. Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

- La misión de una empresa es su razón de ser
- Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo
- Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa

BIBLIOGRAFIA

Antología UDS (2022)