



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Luisa Bethel López Sánchez

Nombre del tema: Unidad II. “Nacimiento de la idea de negocio”

Parcial: Primero

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

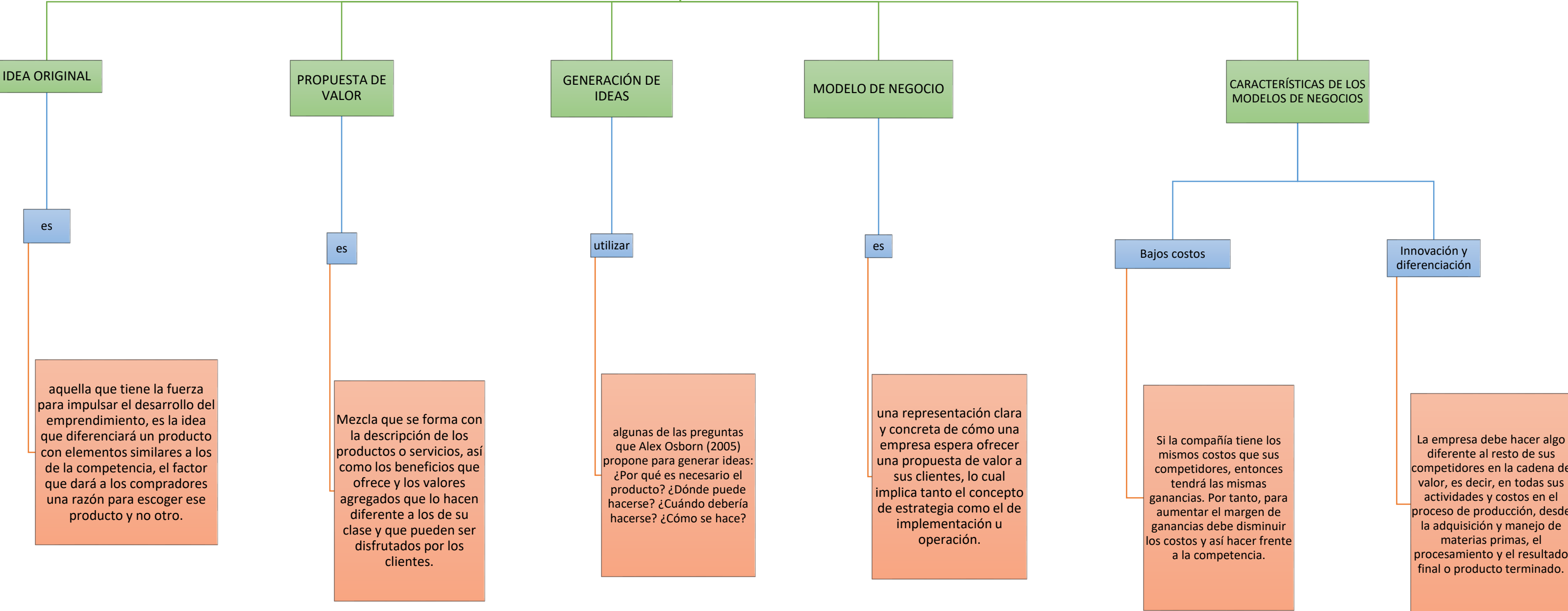
Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Psicología General

Cuatrimestre: Noveno

Pichucalco, Chiapas; 11 de junio del 2022

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



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

es

Mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios, así como los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase y que pueden ser disfrutados por los clientes.

GENERACIÓN DE IDEAS

utilizar

algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas:
¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

MODELO DE NEGOCIO

es

una representación clara y concreta de cómo una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes, lo cual implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación u operación.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

Innovación y diferenciación

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 o producto terminado.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

NATURALEZA DEL PROYECTO

PRINCIPALES ELEMENTOS SEÚN CHESBROUGH Y ROSENBLOOM

aquí

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.

PROPUESTA DE VALOR

SEGMENTO DE MERCADO

ESTRUCTURA DE LA CADENA DE VALOR

GENERACIÓN DE INGRESOS Y GANANCIAS

POSICIÓN DE LA COMPAÑÍA EN LA RED DE OFERENTES (COMPETENCIA)

ESTRATEGIA COMPETITIVA

está

es

es

forma

se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.

el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades

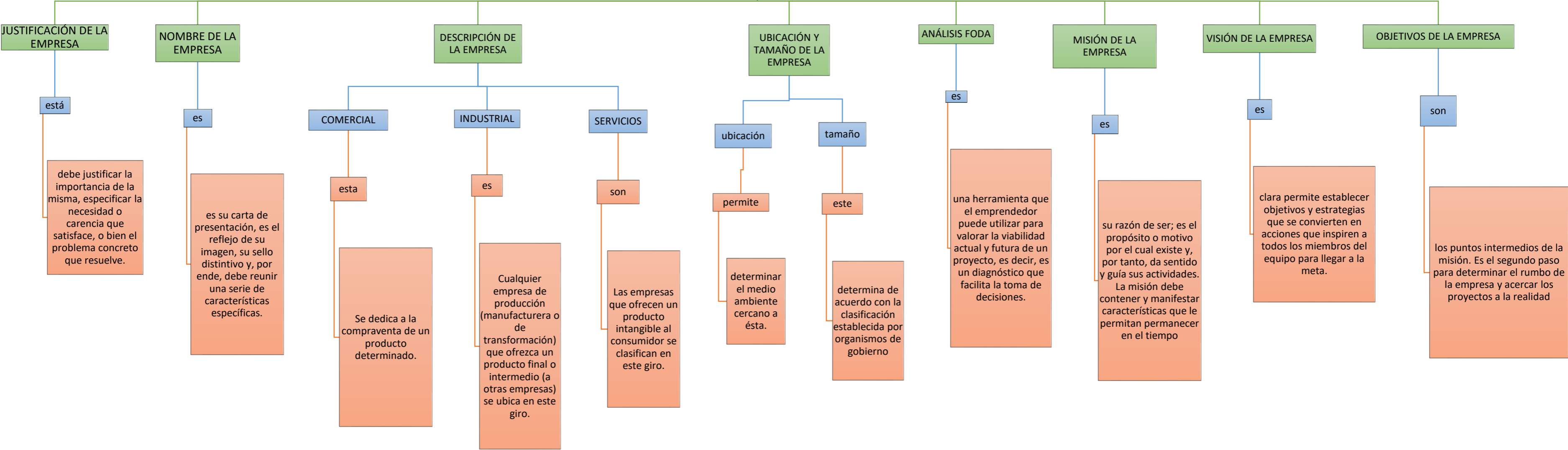
la posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.

en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.

manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



REFERENCIAS

Universidad Del Sureste (UDS). Taller del E,prendedor. (Págs. 31-58)

Link:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/b7ecd2332915de6c4a48803107651f84.pdf>