



Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Vianaury Nazareth Montecinos Sansores.

Nombre del tema: Nacimiento de la idea de negocio e Implantación del modelo de negocio.

Parcial: Único

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Psicología.

Cuatrimestre: 9no cuatrimestre.

- Las ideas**
- Tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.
 - Según Puchol, las oportunidades que se convertirán en ideas tienen algunas de las siguientes características:
 - Demanda de un producto o servicio.
 - Susceptible de ser sustituido.
 - Oportunidad de exportación
 - Reciclar materia prima.
 - Fabricar u ofrecer un servicio o producto más barato o mejor.
 - Susceptible de ser mejorado.
 - Desarrollar un nuevo invento.
 - Capacidad de sustituir una materia prima.

- Propuesta de valor**
- Es una oferta total de marca, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios, porque al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.
 - Características:
 - Reflejar funcionalidad.
 - Reflejar las características.
 - Buscar la fidelidad del cliente.
 - Incluir información importante para los clientes.
 - Simple y entendible.

- Generación de ideas**
- De manera general es importante tratar de responder las siguientes preguntas:
- ¿Por qué es necesario el producto?
 - ¿Dónde puede hacerse?
 - ¿Cuándo debería hacerse?
 - ¿Cómo se hace?

- Modelo de negocio**
- Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. Abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa. Tiene 3 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 negocio**
- El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias, los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de “secreto” que los diferencia de otros.

- Elementos de los modelos de negocio**
- El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de cliente, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar respuesta a las siguientes preguntas:
- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
 - ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?
 - ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?
 - ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio?
 - ¿Con que recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir?
 - ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto?
 - ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?

- Naturaleza del proyecto**
- Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, sus objetivos, la misión, etc.
 - El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen, las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

- Justificación de la empresa**
- Lo primero es seleccionar una idea.
 - Justificar la importancia.
 - Especificar las necesidades o carencias.

- Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa**
- La propuesta de valor tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, y tiene como objetivo motivar al consumidor a preferirlo.
 - El nombre de la empresa es la carta de presentación, debe ser descriptiva, original, atractiva, clara y simple, significativa y agradable.
 - La descripción de la empresa debe dar a conocer el tipo de la empresa.

- Análisis FODA**
- La misión se trata de su razón de ser, propósito o motivo. Debe contener atención, alta calidad en sus productos y servicios, filosofía de mejoramiento e innovación.
 - La visión es la declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Debe ser motivadora, clara y entendible, factible o alcanzable, realista y alineada con la misión y los valores de la empresa.
 - Los objetivos son las metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo, que pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

- Objetivos del marketing**
- Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

- Investigación del mercado**
- La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención del tamaño del mercado, el consumo aparente y la demanda potencial.

- Estudio de mercado**
- Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos

- Producción**
- Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores, tales productos pueden ser bienes o servicios.

- Elementos de producción**
- Especificación del producto o servicio
 - Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.
 - Características de la tecnología.
 - Equipo e instalaciones.
 - Materia prima
 - Capacidad instalada
 - Ubicación de la empresa
 - Diseño y distribución de planta y oficinas
 - Programa de producción