



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: SOFIA GOMEZ AVILA

Nombre del tema: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO E IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Parcial: 2

Nombre de la Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Nombre del profesor: BEATRIZ ADRIANA MENDEZ GONZALEZ

Nombre de la Licenciatura: PSICOLOGIA

Cuatrimestre: NOVENO

Lugar y Fecha de elaboración:

PICHUCALCO, CHIAPAS, A 06 DE JULIO DE 2022

-Jeffrey Timmons (1990), asegura que: "Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio"

Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías:

- Existe demanda de un producto o servicio
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato
- Un producto susceptible de ser mejorado
- El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento que puede producirse y comercializarse, etc.

Una vez que validadas estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico, con alto potencial de crecimiento económico, sustentabilidad y perdurabilidad.

-La **propuesta de valor** es definida por Metzgel y Donaire (2007), como

la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que

"el emprendimiento se trata de crear valor"

el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental.

El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), con el nombre de "cadena de valor".

a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

-Un **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

- estrategias
- infraestructura
- bienes que ofrece
- estructura organizacional
- operaciones

Un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, entre los más recomendados se encuentran:

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

-Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

-Bajos costos

para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

-Innovación y diferenciación

se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente

-Los principales **elementos** que componen a un **modelo de negocio**, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

- 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:

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

-El mercado

se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece

-Objetivos del Marketing

es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de

- ventas
- distribución
- posicionamiento en el mercado

-Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de la satisfacción del cliente.

-Estudio del mercado

es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

-Las 4 P's

- Distribución y puntos de venta
- Promoción del producto o servicio
- Publicidad
- Promoción de ventas

- Periodicos
- Radio

-Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio

- Bienes industriales
- Bienes de consumo
- Servicios comerciales
- Servicios profesionales