UDS

Alumno: Kinberli Gálvez Barrios

Profesor: Prof. María Isabel Robiero

Actividad: mapa conceptual

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9° Cuatrimestre LAE

Grupo: "A"

Frontera Comalapa Chiapas a 10 de Julio del 2022

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Propuesta de valor

- mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.
  - El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

Generación de ideas

- En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria,
  - Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es 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

- Un modelo de negocio describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.
  - Es un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.
    - útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman.
  - Características
    - describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor

Bajos costos

- 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, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

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
  - La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y 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

Elementos de los modelos de negocios

- Propuesta de valor:
  - ésta 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.
- Segmento de mercado
  - es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.
- Estructura de la cadena de valor
  - 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.
- Generación de ingresos y ganancias
  - forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)
  - identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores
- Estrategia competitiva
  - manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible

Nombre de la empresa, descripción de la empresa

- Nombre de la empresa
  - Descriptivo:La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
  - Original:La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo
  - tractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común,
  - Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
  - Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos;
  - Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor
- Descripción de la empresa
  - Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
  - Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.
  - Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.