

Nombre de alumnos:

Vanessa Monserrat Gómez Ruiz.

Nombre del profesor:

Juan Manuel Jaime.

Nombre del trabajo:

Cuadro sinóptico. Unidad 2.

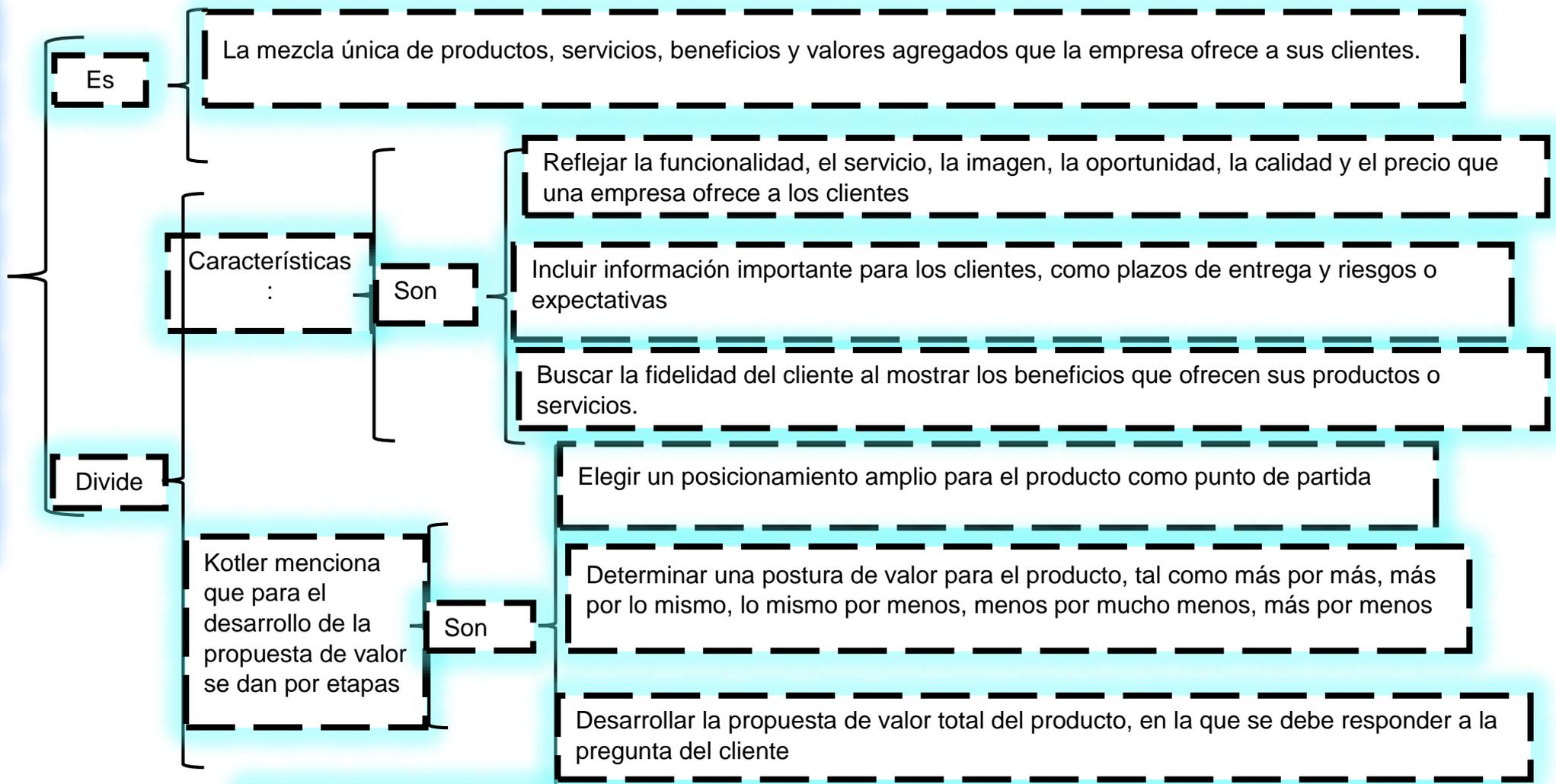
PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del emprendedor.

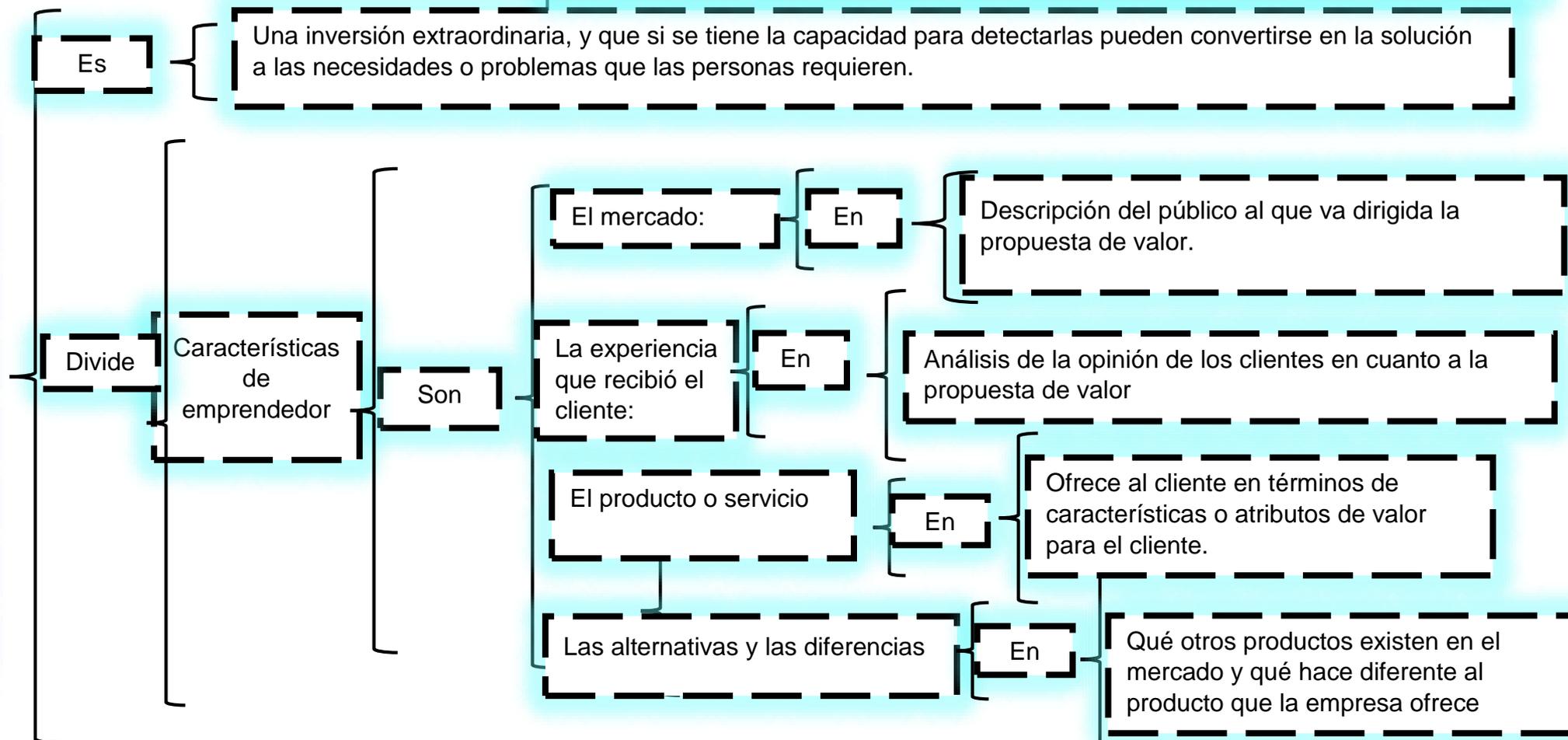
Grado: "9"

Grupo: "B"

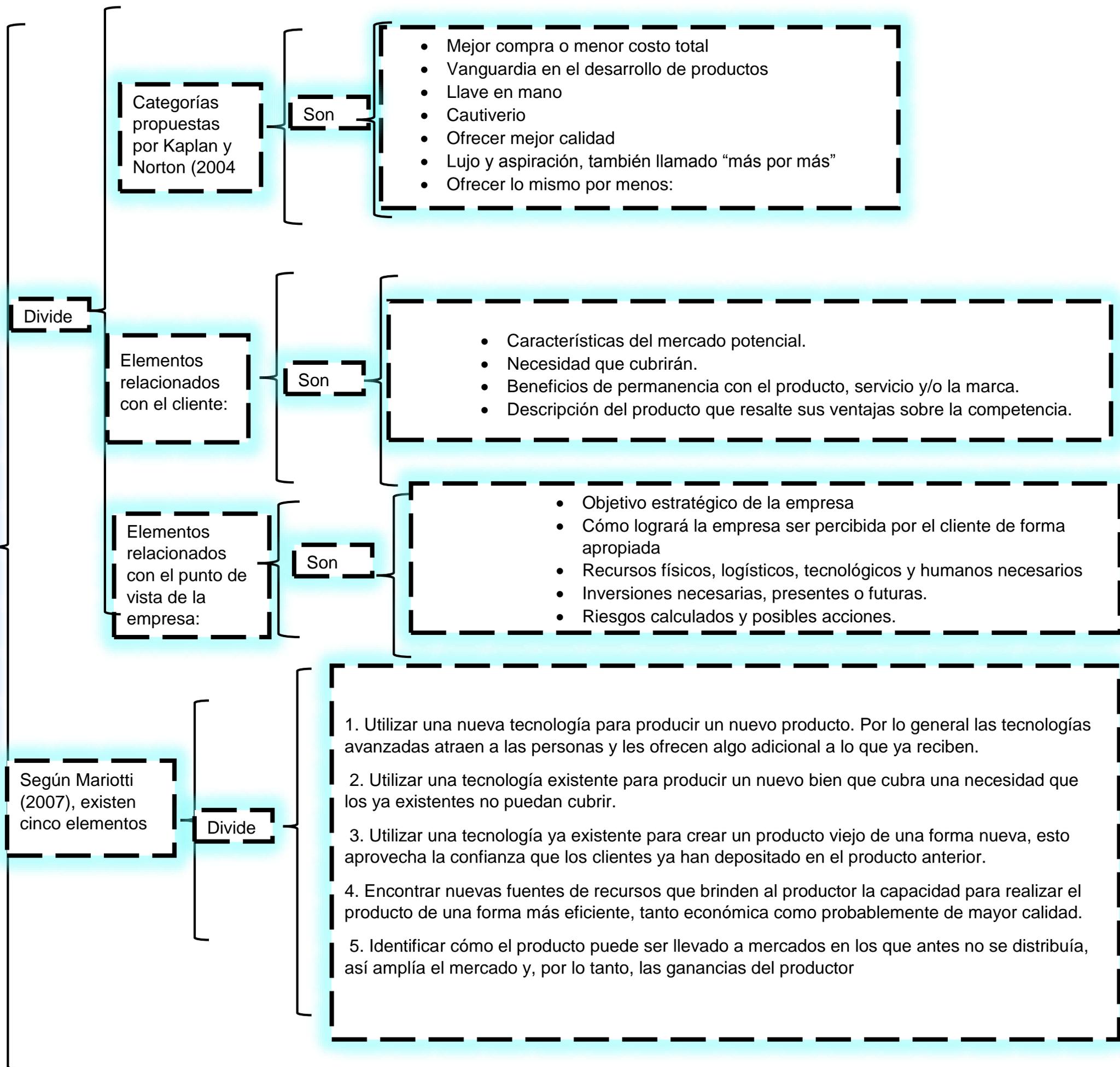
2.1 PROPUESTA DE VALOR



2.2 GENERACIÓN DE IDEAS



2.2 GENERACIÓN DE IDEAS



2.3 MODELO DE NEGOCIO

Divide

Planeación
estratégica

Son

- 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.
- Análisis financiero.

Los modelos
de negocio

Son

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.

Modelo de
negocio tiene
tres funciones
esenciales

Son

- 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.

Casadesus-
Masanell y Ricart
(2007), denominan
a las acciones
necesarias para
establecer el
modelo de negocio

Son

- Políticas: forma en la que se deben hacer las cosas.
- Activos: forma en la que el dinero debe invertirse (obtenerse y utilizarse).
- Legales: condiciones legales y administrativas que deben seguirse para el control de las categorías políticas y de activos.

2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Definición

Es

Un modelo de negocio 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.

Objetivo

Es

Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

Características

Son

Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de “secreto” que los diferencia de otros.
La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.
La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el “secreto” del modelo).

Definición

Es

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

Tipos de medidas

Son

- Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control
- Mantener un esquema administrativo modesto, materias primas superiores
- Tecnología con alto control de calidad.

Medida si el costo disminuye

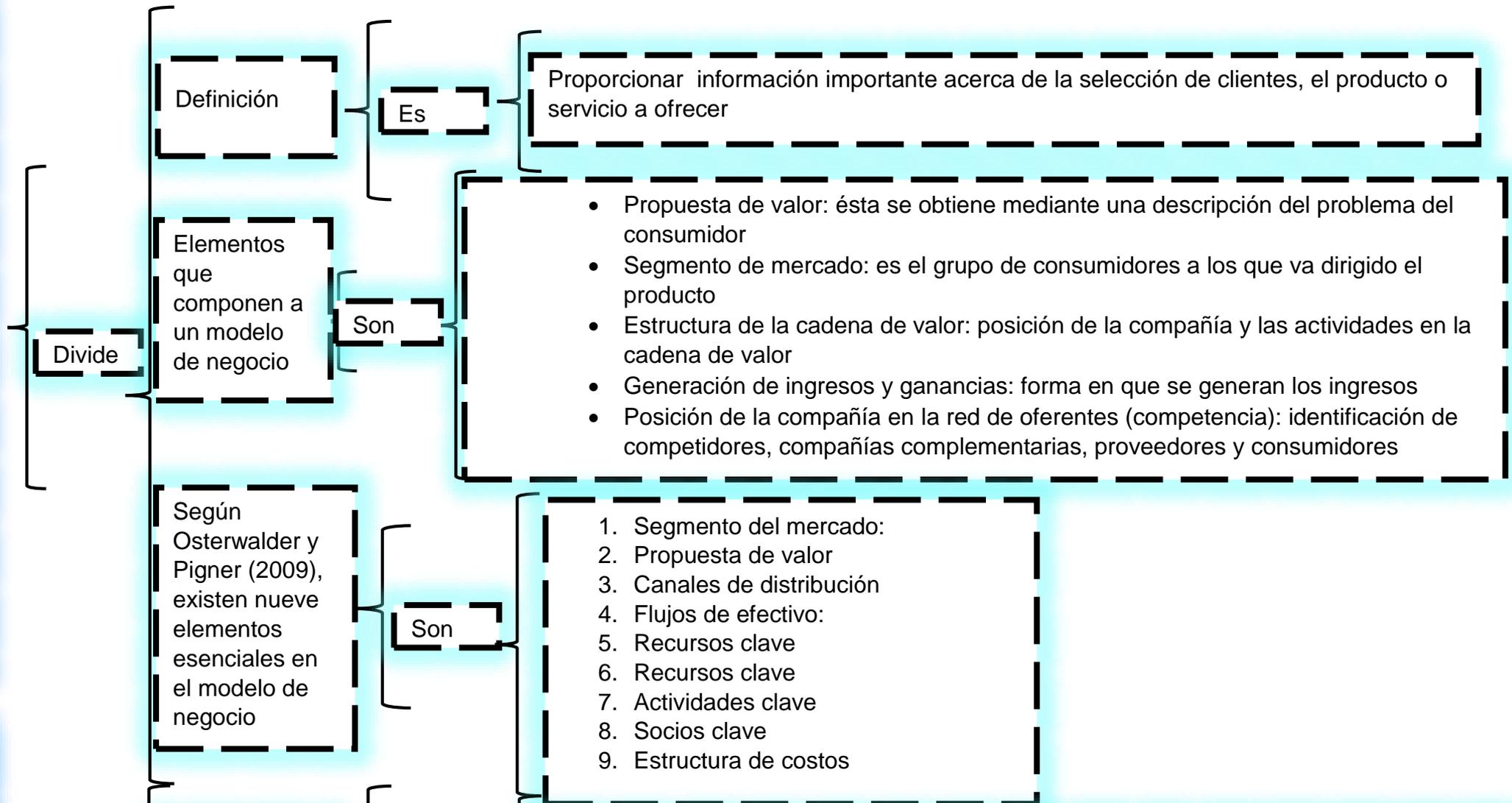
Son

Aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

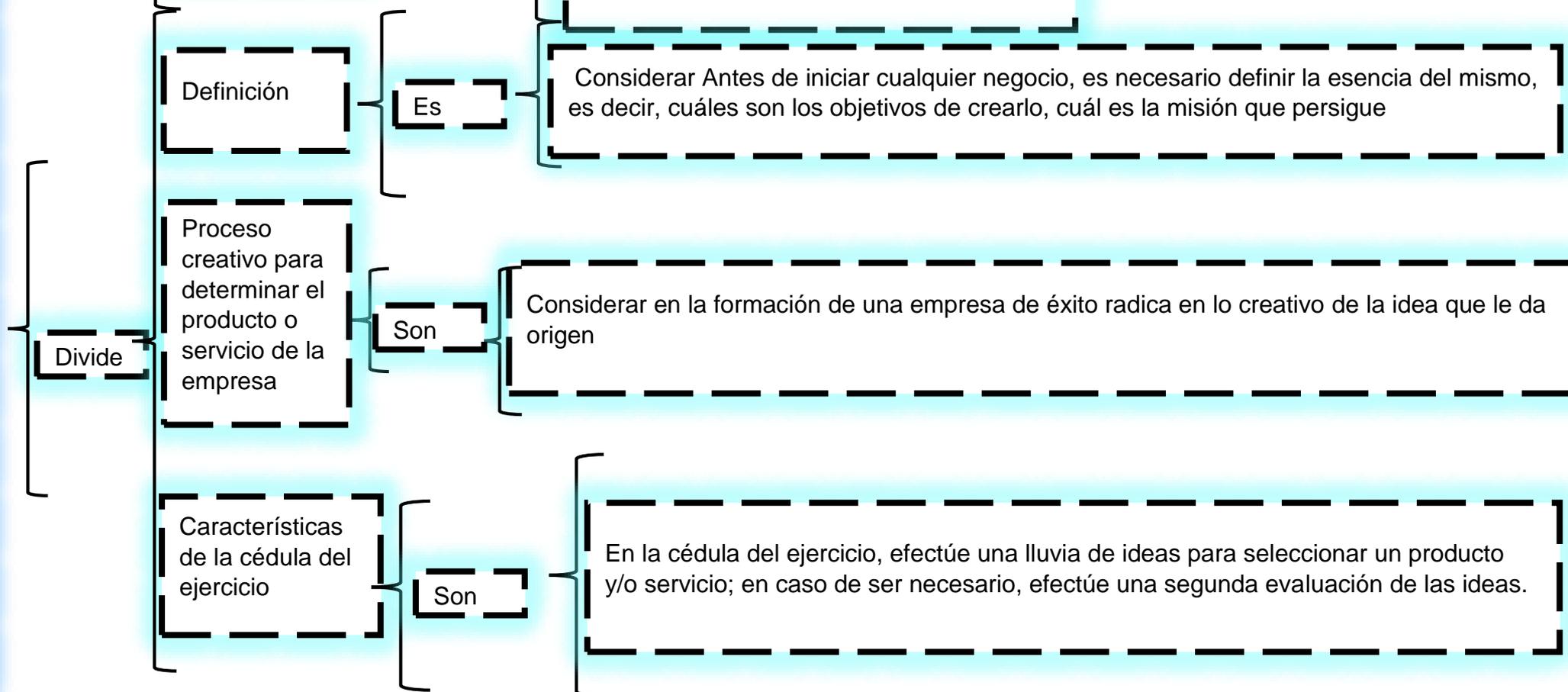
Divide

2.4.1 Bajos costos

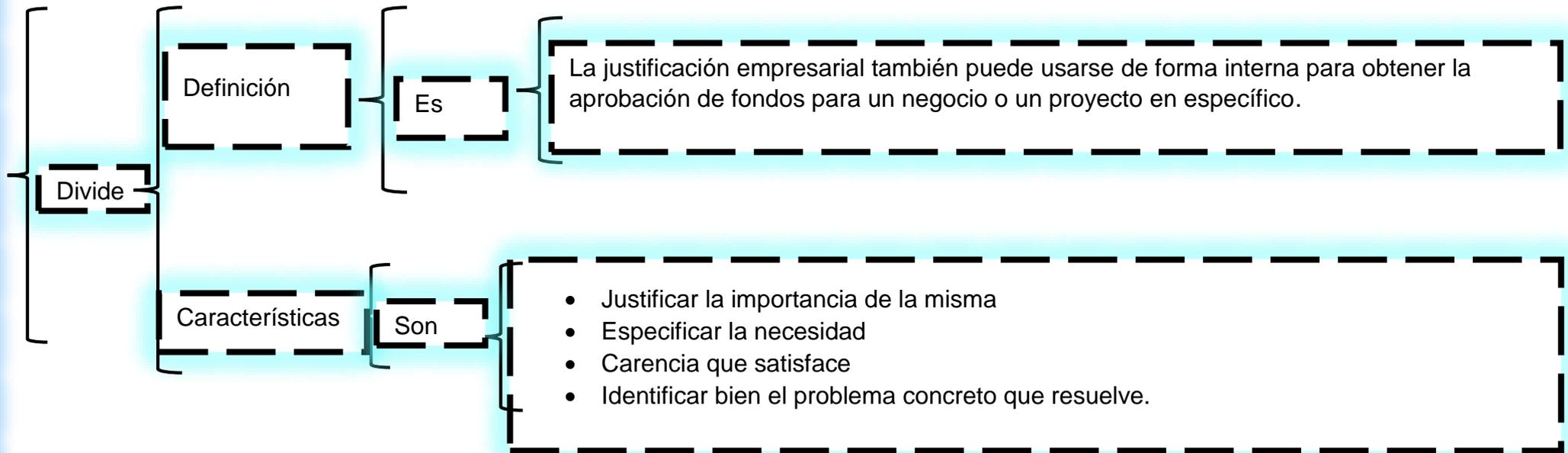
2.5 ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS



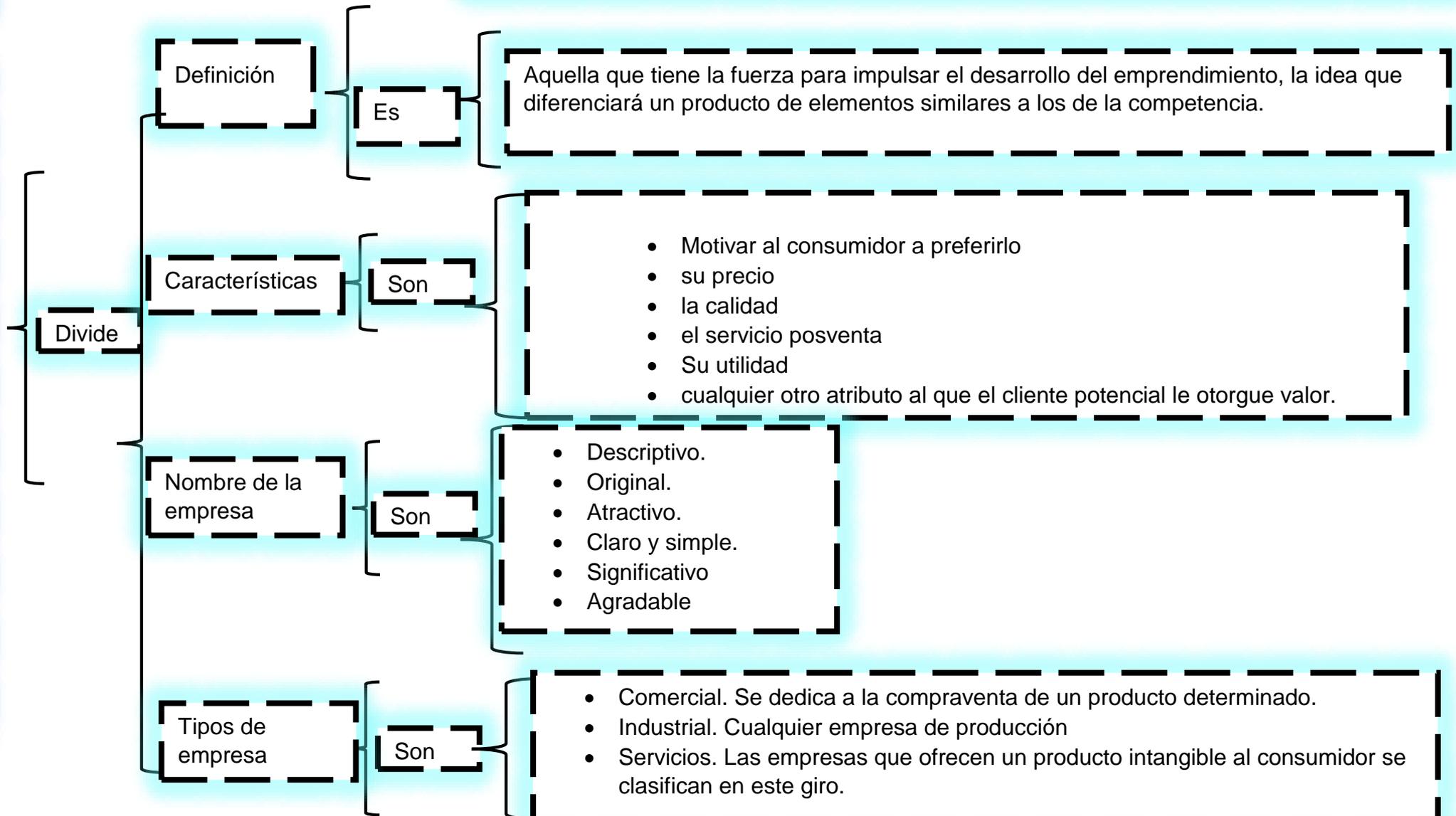
2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO



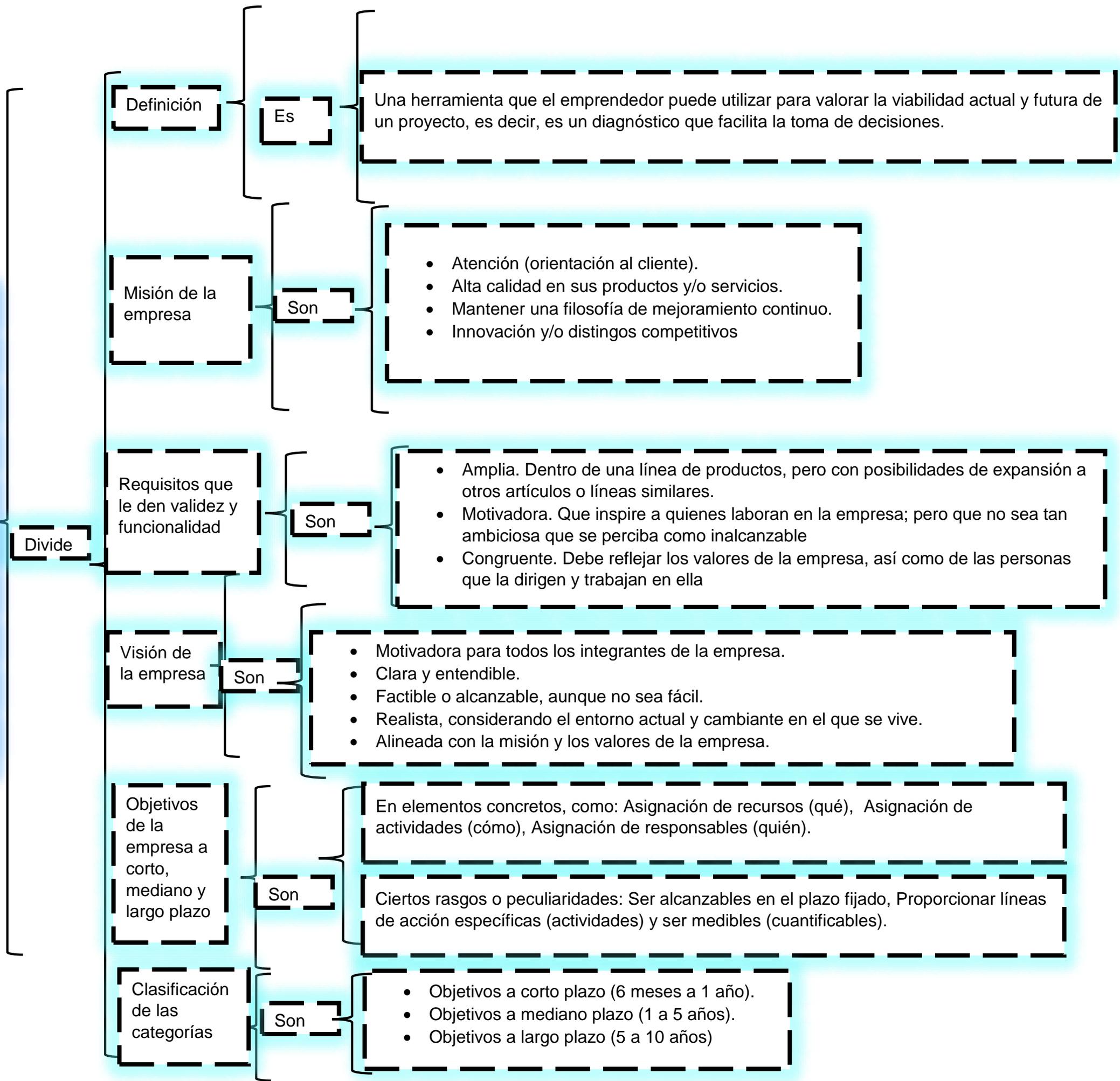
2.2.7 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA



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



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



BIBLIOGRAFIA.:

UDS. Antología de taller del emprendedor. Unidad 2. Tema 2.1-2.9. Rescatado el 12 de junio del 2022. En formato APA.