



Nombre de alumno: María De Jesús Pascual Pedro.

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico (unidad II).

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9° cuatrimestre

Grupo: B

UNIDAD II

2.1 Propuesta de valor:

- Es la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.
- Debe cumplir con las siguientes características:
 - Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
 - Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
 - Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
 - Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
 - Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
 - Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

2.2 Generación de ideas:

- Puntos importantes:
 - El mercado
 - La experiencia que recibió el cliente
 - Producto o servicio
 - Las alternativas o diferencias
 - Las evidencias y pruebas
- Misión de la empresa:
 - Atención
 - Alta calidad en productos o servicio
 - mantener una filosofía de mejoramiento continuo
 - Innovación
 - Requisito que deben cumplir:
 - Amplia
 - Motivadora
 - Congruente
- Visión de la empresa:
 - Declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo
 - Requisito que deben cumplir:
 - Motivadora
 - Clara y entendible
 - Factible o alcanzable
 - Realista
 - Alineada con la misión y valores de la empresa

UNIDAD II

2.3 Modelo de negocio:

- Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.
- Elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio:
 - 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.
- Un modelo de negocio tiene tres 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.

2.4 Características de los modelos de negocios:

- 2.4.1 Bajos costo:
 - 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
 - Tecnología con alto control de calidad
- 2.4.2 Innovación y diferenciación:
 - 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.
 - Características:
 - El uso de tecnologías apropiadas
 - Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
 - La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos

UNIDAD II

2.5 Elementos de los modelos de negocios:

- Los principales elementos según Chesbrough y Rosenbloom:

- 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
- Estrategia competitiva

- Según Osterwalder y Pigneur (2009):

1. Segmento del mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con los consumidores
5. Flujos de efectivo
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

2.6 Naturaleza del proyecto:

- Antes de iniciar cualquier negocio, 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.

- Proceso creativo:

- El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen

2.7 Justificación de la empresa:

- Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve

UNIDAD II

2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa:

- Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia
- El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo
- El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas: { - Descriptivo. Original. Atractivo. Claro y simple. Significativo. Agradable.
- Tipo de empresa: { - Comercial. Industrial. Servicios.

2.9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa:

- Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.
- Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo: {
 - Son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad
 - Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:
 - Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
 - Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
 - Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).
- A través de los objetivos, la misión se traduce en elementos concretos, como:
 - Asignación de recursos (qué).
 - Asignación de actividades (cómo).
 - Asignación de responsables (quién).
 - Asignación de tiempos (cuándo).
- Los objetivos deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades, por ejemplo:
 - Ser alcanzables en el plazo fijado.
 - Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
 - Ser medibles (cuantificables).
 - Ser claros y entendibles

Bibliografía:

UDS. Universidad del sureste. (2022). Antología de Taller del emprendedor. PDF. Recuperado el 12 de junio del 2022.