



**Nombre de alumno: Roxana Pérez morales**

**Nombre del profesor: Mireya del Carmen**

**Nombre del trabajo: súper nota**

**Materia: taller del emprendedor**

**Grado: Noveno cuatrimestre**

**Grupo: B**

# NACIMIENTO DE LA IDEA DEL NEGOCIO

## GENERACION DE IDEAS:

EN TODAS PARTES HAY IDEAS QUE NO REQUIEREN EN UN PRINCIPIO INVERSION, EXTRAORDINARIA, Y QUE SI SE TIENE LA CAPACIDAD PARA DETECTARLAS PUEDEN CONVERTIRSE EN LA SOLUCION A LAS NESECIDADES O PROBLEMAS QUE LAS PERSONAS REQUIEREN.

FAYOLLE (2007) CONTEXTUALIZA EL CONCEPTO DE PROPUESTA DE VALOR A AMBITO MAS GLOBAL AL DECIR QUE EL EMPRENDIMIENTO SE TRATA DE CREAR VALOR

## PROPUESTA DE VALOR:

ES DEFINIDA POR METZEGEL Y DONAIRE (2007), COMO MEZCLA UNICA DEL PRODUCTO, SERVICIOS, BENEFICIOS Y VALORES AGREGADOS QUE LA EMPRESA OFRRC E A SUS CLIENTE.

## MODELO DE NEGOCIO

TAMBIEN CONOCIDO COMO DISENO DE NEGOCIOS DESCRIBE LA FORMA EN QUE UNA ORGANIZACIÓN CREA, CAPTURA Y ENTREGA VALOR, YA SEA ECONOICO O SOCIAL. UN MODELO DE NEGOCIO PODRIA SER UN DIAGRAMA DE LOS COMPONENTES CLAVE DE LA EMPRESA A INTEGRAR AL INICIAR Y OPERAR LA MISMA



## CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

### BAJOS COSTOS

SI LA COMPANIA TIENE LOS MISMOS COSTOS QUE TODOS LOS COMPETIDORES ENTONCES TENDRA LAS MISMAS GANANCIAS. POR TANTO, PARA AUMENTAR EL MARGEN DE GANANCIAS DEBE DISMINUIR LOS COSTOS Y ASI HACER FRENTE A LA COPETENCIA.

UN MODELO DE NEGOCIOS DESCRIBE LAS OPERACIONES DE LA COMPANIA, INCLUYENDO TODOS SUS COMPONENTES, PROCESOS Y FUNCIONES QUE TIENEN COMO RESULTADO UN COSTO PARA LA EMPRESA Y UN VALOR PARA EL CONSUMIDOR



### INOVACION Y DIFERENCIACION

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 PRODUCCION, DESDE LA ADQUISICION Y MANEJO DE MATERIAS PRIMAS, DEL PROCESAMIENTO Y RESULTADO FINAL O PRODUCTO TERMINHADO, LA RAZON POR LA QUE ES NECESARIO ESTE PUNTO ES QUE SI LA EMPRESA OFRECE LO MISMO QUE SUS COMPETIDORES, ENTONCES LOS CONSUMIDORES NO TENDRAN POR QUE REQUERIDA SOBRE LAS DEMAS.

### ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

EL MODELO DE NEGOCIO PROPORCIONA INFORMACION IMPORTANTE HACERCA DE LA SELECCION DE CLIENTES, EL PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER DE COMO SALDRA AL MERCADO, DE LOS RECURSOS NECESARIOS POR LO QUE SE A CONSEJA, ANTES DE REDACTARLA, DAR A RESPUESTAS A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL PARA LA EMPRESA?

ESTA PERFECTAMENTE CLARA LA PROPUESTA?



### NATURALEZA DEL PROYECTO

ANTES DE INICIAR CUALQUIER NEGOCIO, ES NECESARIO DEFINIR LA ECENCIA DEL MISMO ES DECIR CUALES SON LOS OBJETIVOS DE CREARLO, CUAL ES LA MISION QUE PERSIGUE Y PORQUE SE CONSIDERA JUSTIFICABLE DESARROLLARLO.



### JUSTIFICACION DE LA EMPRESA

UNA VEZ QUE H SELECCIONADO UNA IDEA, DEBE JUSTIFICAR LA IMPORTANCIAN DE LA MISMA, EXPECIFICAR LA NESECIDAD O CRENCIA QUE SATISFACE, O BIEN EL PROBLEMA CONCRETO QUE RESUELVE.



## MISION DE LA EMPRESA

LA MISION DE UNA EMPRESA ES SU MISION DE SER ES EL PROPOSITO O MOTIVO POR EL CUAL EXISTE Y BPOR TANTO DAS SENTIDO O GUIAS SUS ACTIVIDADES LA MISION DEBE CONTENER Y MANIFESTAR CARACTERISTICAS QUE LE PERMITAN PERMANECER EN EL TIEMPO POR EJEMPLO ATENCION, ORIENTACION AL CLIENTE, ALTA CALIDAD EN SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS MANTENERN UNA FILOSOFIA DE MEJORAMIENTO CONTINUO INOVACION Y DISTINGOS COMPETITIVSM QUE LE DEN A SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS , ESPECIFICACIONES QUE ATRAIGAN Y MANTENGAN AL CLIENTE LARGA DURACION GARANTIA, SENCILLES DE USO .



## ANALISIS FODA:

SE LE DOMINA FODA POR LAS INICIALES DE SUS CUTRO COMPONENTES, FORTALEZAS, DEBILIDADES (AMBAS DIRECTAMENTE RELACIONADAAS CONB EL PROYECTO Y SON TIPOS INTERNOS, ES DECIR, BAJO EL CONTROL DEL EMPRENDEDOR PARA APROVECHARSE Y COMPLEMENTRSE) OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (VARIABLES EXTERNAS DIFILOES DE MODIFICAR PERO PREDECIBLES Y POR TANTO QUE HASTA CIERTO PUNTO SE PUEDE PREVENIR O APROVECHAR)



## VISION DE LA EMPRESA

AL IGUAL QUE LA MISION LA VISION E LA EMPRESA ES UNA DECLARACION QUE AYUDA ALO EMPRENDEDOR A SEGUIR EL RUMBO AL UE SE DIRIGE A LARGO PLAZO. UNA VISION CLARA PERMITE ESTABLECER OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS QUEB SE CONVIERTEN EN ACCIONES QUE SE INSPIRAN A TODOS LOS MIEMBROS DEL EQUIPO PARA LLEGAR A LA META.

LAM PALABRA VISION VIENE DEL LATIN "VISTO"

ENTONCES LA VISION ES LA ACCION DE4 VER AL FUTURO, LA MAYORIA DE LAS NUEVAS EMPRESAS UTILIZAN LAPROS DE ENTRE CINCO Y DIEZ ANIOS DE TIEMPO PARA ALCXANXAR SU VISION.

UNA VISION DEBE SER:

- MOTIVADORA PARA TODOS LOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA
- CLARA Y ENTENDIBLE
- FRACIL O ALCANZABLE, AUNUE NO SEA FACIL.
- RELISTA, CONSIDERANDO EL ENTORNO ACTUAL Y CAMBIANTE

