



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del alumno: Anadela Godínez Flores.**

**Nombre del profesor: Mireya del Carmen García.**

**Materia: Taller del emprendedor.**

PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del trabajo: Ensayo.**

Comitán de Domínguez, Chiapas a 11 de julio de 2022.

## Nacimiento de la idea de un negocio.

La idea de un negocio debe ser algo original el cual tenga fundamentos que impulsen al desarrollo de un emprendimiento con el proposito de poder diferenciar a un producto de otros similares de la competencia.

La originalidad deber se fundamental ya que algo diferente llega a verse mas atractivo, duradero y estar sustentado en productos o servicios que atraen mas clientes esto debe brindarles la solucion de un problema para las personas en un mercado y asi poder brindarle mejores productos o servicios.

“Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio”. Jeffrey Timmons (1990).

## Propuesta de valor.

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

La propuesta de valor esta definida como unica mezcla de productos, servicios y valores que la empresa agrega para sus clientes.

Según Porter(1985) la cadena de valor es muy importante, ya que a traves de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

## Generacion de ideas.

Hay ideas en todas partes que no requieren de una inversion extraordinaria, al menos inicialmente, y si se tiene la capacidad de detectarlas pueden ser soluciones o problemas que la gente necesita.

Aunque no siempre es el caso estas ideas tienen que ver con el producto. A veces el producto es el mismo pero el precio es diferente.

Ni siquiera es necesario el hacer nuevos aportes en terminos de tecnologia o innovacion en un producto o servicio, es solo una cuestion de estrategia. Permitterle ingresar al mercado con ciertas ventajas y brindarle la posibilidad de éxito.

Ahora bien si hay otras cosas de carácter estrategico como de tener sedes en zonas clave, obtener financiacion inicial favorable, tener un conocimiento importante de los clientes y un excelente plan de negocios, una oportunidad excitosa son bastantes altos.

### Modelo de negocio.

Un modelo de negocio se describe como una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El termino abarca una amplia gama de actividades que componen aspectos claves de una empresa, como su propósito, estrategia, infraestructura, bienes ofrecidos, estructura organizacional, operaciones políticas, relación con los clientes, planes de financiamiento y obtención de utilidades, recursos, etc.

Definición: El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.

### Características de los modelos de negocios.

Estos cuentan con una especie de secreto que es lo que lo deferencia de los otros. Estrategias de la compañía para combinar y poner a trabajar a sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, es lo que determina un modelo de negocio único.

### Bajos costo.

Para poder aumentar el margen de ganancia se debe disminuir el costo y así hacer frente a la competencia. Algunas medidas son tomadas para mantener a margen los precios bajos así el consumidor considera de gran valor el precio bajo del producto.

### Innovación y diferenciación.

Esto se lleva acabo para ser algo diferente al resto de la competencia en la cadena de valor, es decir en todas sus actividades y costo en el proceso de su producción desde la adquisición y manejo de materias primas, procesamiento y resultado final. Un punto importante en este proceso es si la empresa ofrece lo mismo que los demás competidores los consumidores no podrán notar una diferencia. Esta diferencia o innovación debe de ser notoria, de gran valor y reducir el costo para el consumidor aporta una mejor utilidad al producto.

Los elementos del modelo del precio: proporcionan información importante acerca de la selección de clientes el producto o servicio a ofrecer.

Naturaleza del proyecto.

Antes de iniciar cualquier negocio es necesario definir los objetivos de crearlo, que misión persigue y por qué se considera justificable al desarrollo y así el emprendedor establece y define de que se trata su negocio.

Justificación de la empresa.

Una vez seleccionada la idea se busca justificar la importancia de esta misma especificar que necesidades o carencias se pretende satisfacer.

Propuesta de valor.

Una vez teniendo clara la idea el siguiente paso es empezar a crear la propuesta de valor esta impulsa el desarrollo del emprendimiento la idea de diferenciar el producto al de elementos similares.

Nombre de la empresa.

Esto es la carta de presentación del producto es el reflejo de la imagen, su sello de distintivo y esto se refiere a que debe cumplir con una serie de características específicas.

Análisis FODA.

Se trata de una herramienta de la cual el emprendedor utiliza como diagnóstico para poder facilitar la toma de decisiones valora viabilidad actual y futura del proyecto se le denomina FODA por sus cuatro iniciales: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Misión de la empresa.

Es el propósito o motivo por el cual se creó, el sentido y guía de sus actividades.

Visión de la empresa.

Esta permite aclarar objetivos y estrategias que pasan a convertirse en acciones que inspiran a todos los miembros del equipo para llegar meta.

Implantación del modelo de negocio.

El mercado.

El marketing se encarga del proceso de planificación de las actividades de una empresa en la relación con el precio, promoción, distribución y venta de los bienes y servicios que ofrece, así como la definición de un producto o servicio con base en las preferencias del consumidor permiten la forma de intercambio que respondan a los objetivos del cliente y de la propia organización.

Objetivos de marketing.

Dentro del alcance de las metas en el campo de marketing, es necesario definir que se quiere lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado se debe considerar las regiones y segmentos de los mercados a los que se planean ingresar y los objetivos de tiempos que se planea alcanzar.

Investigaciones de mercado.

Las decisiones se toman en el ámbito de marketing y otras áreas de la empresa deben buscar la satisfacción del cliente para ello es necesario entender sus necesidades y como satisfacerlas.

Tamaño del mercado.

El siguiente paso en el plan de negocios es conocer de manera objetiva con base en fuentes de información confiables, cuantos clientes puede tener la empresa, donde están y quienes son para esto es necesario obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingresos mensuales, etc. Es decir, se debe establecer en el segmento en que el opera la empresa.

Estudio del mercado.

Se utiliza para recopilar, registra y analizar datos con relación en el mercado específico a la cual la empresa ofrece productos.

Elementos de producción.

Ya que se produzca inicialmente, se ensamble o se compre es esencial comprender el proceso de producción y/o prestación de servicios de una empresa. Un proceso de producción es una serie de actividades realizadas para producir un producto o proporcionar un servicio. Reúne la maquinaria, las materias primas y los recursos humanos necesarios para llevar a cabo el proceso este proceso debe

estar claramente establecido para que los trabajadores puedan obtener el producto deseado mediante el uso eficiente de los recursos.

### Organización.

Se dispone y se asigna el trabajo en el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.