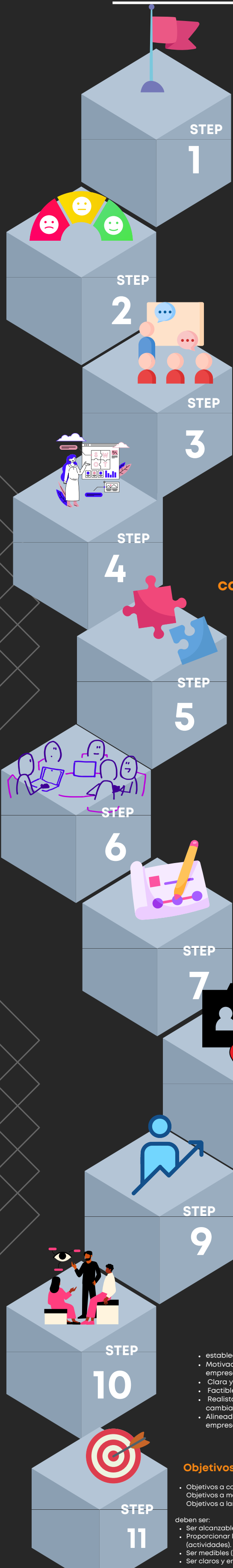


NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

EDITH ROJAS TALLER DEL EMPREDEDOR

FEBRERO-JULIO, S. (N.D.). TALLER DEL EMPREDEDOR.
 HTTPS://PLATAFORMAEDUCATIVAUDS.COM.MX/ASSETS/BIBLIOTECA/231554F6DE30E
 FOA13B17FE246471481.PDF



Idea original

- es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

características

- atractivas, duraderas y estar sustentadas
- debe basarse en prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

propuesta de valor

- está ligada a la innovación y a la creación de ventajas competitivas sostenibles
- ¿por qué debo comprarle a usted?

Elementos	Definición
Cualidades del producto	Se refiere a los beneficios que ofrece el producto: funcionalidad, calidad, precio de dicho producto, entre otras.
Relación con el consumidor	Es la respuesta de los clientes hacia el producto/servicio, es decir, cuán satisfecho queda el cliente y qué aceptación le da al producto; esto implica la percepción que el cliente tiene de su costo-beneficio.
Imagen y prestigio	Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa y le permiten ésta definirse de manera positiva ante sus clientes.

Modelo de negocio

- forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social (documento)
- 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.

diagramas :

- 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.

características modelos

- Bajos costos
- Innovación y diferenciación
- uso de tecnologías
- producción local,

Elementos de los modelos de negocios

- Segmento del mercado: los consumidores
- Propuesta de valor: resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente
- Canales de distribución : dar a conocer los productos y servicios de una compañía
- Relación con los consumidores: personales y auto matizadas
- Flujos de efectivo: estrategias de flujo
- Recursos clave: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
- Actividades clave: producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo
- Socios clave:: Las alianzas pueden ser entre no competidores, competidores, distribuidores, financieros o proveedores para asegurar abastecimientos confiables
- Estructura de costos: crear y entregar , mantener y generar

Justificación de la empresa

- especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Nombre de la empresa

- carta de presentación
- Descriptivo.: refleja el giro de la empresa y/o sus características distintivas
- Original. nombre nuevo (que no exista ya en el mercado)
- Atractivo: llamativo y fácil de recordar;
- Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos;
- significado: excelencia, lo cual se asocia con cosas muy bien hechas, con clase, etcétera.
- Agradable: que no implique dobles sentidos o términos vulgares,

Descripción de la empresa

Comercial.: compraventa de un producto
 Industrial: empresa de producción
 .Servicios. ofrecen un producto

Ubicación y tamaño de la empresa

	Micro	1-30
Industria	Pequeña	31-100
	Mediana	101-500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1-5
	Pequeña	6-20
	Mediana	21-100
	Grande	Más de 100
Servicios	Micro	1-20
	Pequeña	21-50
	Mediana	51-100
	Grande	Más de 100

Misión de la empresa (razón de ser)

requisitos:

Amplia: posibilidades de expansión a
 Motivadora: Que inspire, se perciba como inalcanzable.
 Congruente. valores (éticos y morales).

responde:

¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
 ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
 ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)

Visión de la empresa

- establece objetivo y estrategias
- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa

responde:

- ¿Cómo será mi empresa en unos años?
- ¿Cómo quiero que mi empresa sea reconocida por los clientes?
- ¿Qué ofrece esta empresa a los clientes, proveedores y sociedad?
- ¿Hasta dónde quiero llegar con esta empresa?
- ¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa?

Objetivos de la empresa

- 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).

deben ser:

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- Ser medibles (cuantificables).
- Ser claros y entendibles

Ventajas competitivas

- competitivas : aspectos que hacen únicos a los productos y/o servicios de la empresa
- Distintos competitivos : atención y preferencia y trato especial servicio posventa, sistema de distribución, garantía, etcétera.