



**Mi Universidad**

## **Cuadro sinóptico**

*Nombre del Alumno: Anyeli Guadalupe Ordoñez López*

*Nombre del tema: Nacimiento de una idea de negocio*

*Parcial: 2do parcial*

*Nombre de la Materia: taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

*Cuatrimestre: 9no Cuatrimestre*

*Lugar y Fecha de elaboración*

*Comitán de Domínguez, Chis. A 09/06/23*

# UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

- Oportunidades de ideas de negocio:**
- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.
  - Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
  - Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos.
  - Un producto susceptible de ser mejorado.
  - En un país existe un producto que en otro no es conocido.
  - En un país se importa un producto extranjero.
  - El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento que puede producirse y comercializarse.
  - Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.
  - Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas.

Propuesta de valor

La Propuesta de Valor es la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

- Las características de las Propuestas de Valor:**
- Reflejar la funcionalidad
  - Incluir información importante para los clientes,
  - Conocer y reflejar las características, visibles o no.
  - Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
  - Ser lo suficientemente simple y entendible.

- Los elementos a considerar para generar Propuestas de Valor son:**
- Cualidades del producto.
  - Relación con el consumidor.
  - Imagen y prestigio.

Generación de ideas:

Se deben analizar elementos y puntos importantes por el emprendedor:

El mercado, la experiencia que recibió el cliente, el producto o servicio, la atención y diferencias, y las evidencias o pruebas

- Misión:** es la razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.
- Visión:** es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.
- Valores:** son los principios sobre los que se fundamentan las acciones y descripciones de una empresa

Modelo de negocio

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega un valor, ya sea económico o social

- Elementos de Planeación:** análisis FODA, análisis de la industria, análisis técnico-operativo, análisis organizacional, análisis financiero.
- 3 funciones esenciales de un modelo de negocios:** guía las operaciones de una compañía, atrae líderes e inversionistas, obliga a los emprendedores a aterrizar ideas.

Características de un modelo

- Bajo costo
- innovador
- Diferente

**Elementos de los modelos de negocio:** segmento de consumidor, Propuesta de Valor, canales de distribución, relación con los consumidores, flujo de efectivo, recursos clave, actividades clave, socios clave, estructura de costos.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias debemos tomar en cuenta los siguientes puntos: - Bajos costos. - Innovación y diferenciación.

Propuesta de valor:

Aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

- Nombre de la empresa:** Es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas: tiene que ser descriptivo, original, atractivo, claro y simple, agradable y significativo.
- Giro de una empresa:** El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal, consiste en tres categorías: comercial, industrial y de servicios.

# Tamaño de una empresa

Se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

De acuerdo al sector industrial:

- Micro: de 1-30 empleados
- Pequeña: de 31 - 100
- Mediana: de 101-500
- Grande: más de 500.

De acuerdo al sector comercio:

- Micro: de 1-5 empleados
- Pequeña: de 6 - 20
- Mediana: de 21-100
- Grande: más de 100.

De acuerdo al sector servicio:

- Micro: de 1-20 empleados
- Pequeña: de 21 - 50
- Mediana: de 51-100
- Grande: más de 100.

## Análisis FODA

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.

- F: fortalezas
- O: Oportunidades
- D: Debilidades
- A: Amenazas

## Misión de una empresa:

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades

## Visión de una empresa:

Es su tarjeta de presentación, por lo que exige una constante revisión y autoevaluación del funcionamiento de la misma para comprobar si éstos son congruentes entre sí.

## Objetivos de una empresa:

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.

TiPos:

- 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).

## Ventaja competitiva:

Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado.

## Distintos Competitivos:

Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los presenta

BIBLIOGRAFIA:  
ANTOLOGIA DE TALLER DEL EMPRENDEDOR