



NOMBRE DEL ALUMNO: HERNÁNDEZ VELASCO GEORGINA DEL ROSARIO.

NOMBRE DEL TEMA: CUADRO SINÓPTICO.

PARCIAL: II

NOMBRE DE LA MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR.

NOMBRE DEL PROFESOR: JUAN MANUEL JAIME DIAZ

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: ENFERMERÍA.

CUATRIMESTRE: 9°

2.1 Propuesta de valor



Nacimiento de una idea.

Es aquel que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

Oportunidades que se convertirán en ideas de negocio.

Demanda de un producto o servicio y que nadie ha satisfecho esa necesidad.

Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio mas barato o mejorar la calidad ya existente.

Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.

Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca mas ventajas.

Propuesta de valor.

La mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrezca a sus clientes.

Elementos a conducir para una propuesta de valor.

- Cualidades del producto.
- Relación con el consumidor.
- Imagen y prestigio.

2.2 Generación de ideas



Puntos mas importantes por el emprendedor

- El mercado.
- La experiencia que recibió el cliente.
- El producto o servicio,
- Las alternativas y las diferencias.
- Las evidencias o pruebas.

Elementos relacionados con el cliente dentro de la propuesta de valor.

- Características del mercado potencial.
- Políticas de atención y servicio.
- Canal o canales de distribución.
- Servicios de posventa.

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa.

- Recursos físicos, logísticas, tecnológicas y humanas necesarios.
- Inversiones necesarias.
- Riesgos calculados y posibles acciones.
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

Misión de la empresa.

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

Requisitos de la Misión.

- Amplia.
- Motivadora.
- Congruente.

Visión de la empresa.

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige al largo plazp.



2.3 Modelo de negocio



Definición

También conocido como diseño de negocios, describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social.

Elementos fundamentales de planeación

Análisis FODA.

Análisis de la industria y del mercado.

Análisis técnico-operativo

Análisis organizacional y de gestión de recursos humanos.

Análisis financiero.

Funciones esenciales de un modelo de negocio.

Es una guía.

Atraer lideres.

Ayuda a aterrizar las ideas.

2.4 Características de los modelos de negocios

Definición.

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

Bajos costos.

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

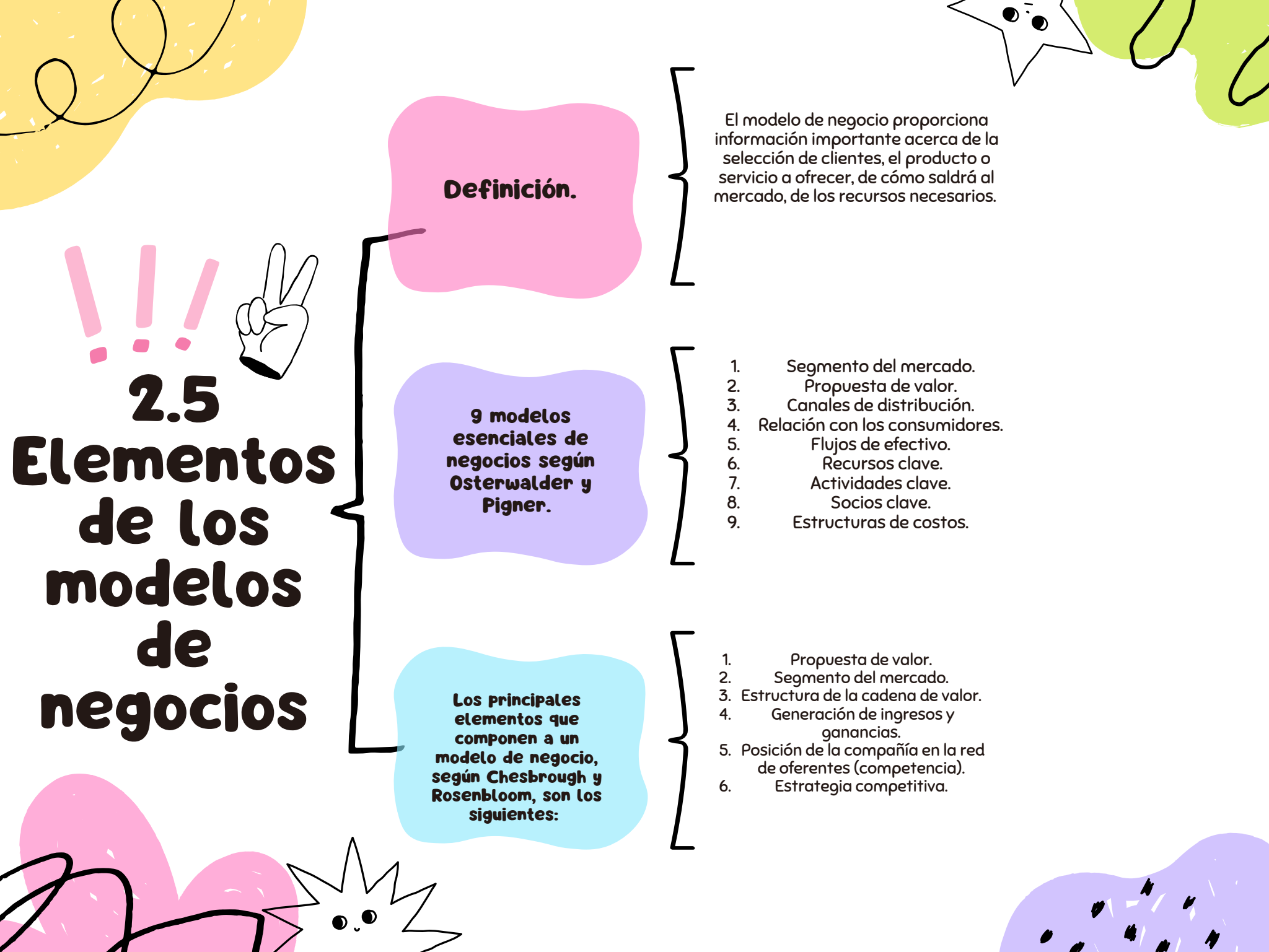
Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son:

- 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.

Innovación y diferenciación

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 producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.



2.5 Elementos de los modelos de negocios

Definición.

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios.

9 modelos esenciales de negocios según Osterwalder y Pigneur.

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. Estructuras de costos.

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

1. Propuesta de valor.
2. Segmento del mercado.
3. Estructura de la cadena de valor.
4. Generación de ingresos y ganancias.
5. Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia).
6. Estrategia competitiva.

2.6 Naturaleza del proyecto



Definición.

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. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

Lleve a cabo una lluvia de ideas para determinar el producto o servicio de la futura empresa y llene el cuadro siguiente.

Producto o servicio	Características	Necesidad o problema que satisface
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.



2.7 Justificación de la empresa

Definición.

Una vez que se 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.

Ejercicios que señala la justificación de tu empresa y describe detalladamente la necesidad que ésta satisface o el problema que resuelve.

Ejemplos

Justificación de la empresa Postres Mexicanos.


Arroz con leche

El producto elaborado con ingredientes naturales satisface las tendencias actuales que existen en el mercado hacia lo saludable y lo nutritivo. A su vez, proporciona al consumidor la opción de adquirir un postre que por costumbre ha degustado, pero que hasta el momento se ha visto en la necesidad de elaborar o bien de adquirir en restaurantes.

Justificación de la empresa República.

Publicidad por internet

Ante esta nueva y creciente necesidad de las empresas por presentar sus servicios y/o productos en el nuevo comercio virtual, República les brinda la posibilidad de mantener contacto directo y en línea con sus clientes en sus distintos sitios publicitarios, que a su vez proporcionan información a los clientes sobre los productos y servicios de la compañía. También se ofrecen herramientas que facilitan el intercambio de documentos por internet, que son más rápidos y eficientes que el correo electrónico. En resumen, República ayuda a sus clientes a mantenerse lo más cerca posible de sus respectivos clientes, tanto externos como internos.



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

Propuesta de valor

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; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

Nombre de la empresa

El 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

Descripción de la empresa

Tipo de empresa: El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

Ubicación y tamaño de la empresa

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.

El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

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

FODA

El 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

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo "interno", es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

Misión de la empresa

La 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. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo

La misión debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad:

- Amplia
- Motivadora
- Congruente

Visión de la empresa

es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.

Bibliografía.

- <https://www.canva.com/p/templates/EAGFbSFJoyw-gr-fica-cuadro-sin-ptico-creativo-colores-pastel/>
- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>
-