



Nombre de alumno: Brallan López Solorzano

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre del trabajo: Cuadro Sinoptico

Materia: Taller del Emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9

Grupo: B

Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de junio del 2024.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

Propuesta de valor

Las propuestas de valor son los beneficios que la empresa le ofrece al cliente a través de cierto producto (o proceso) y/o servicio.

Elementos

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

Generación de ideas

Alex Osborn (2005) propone las siguientes preguntas para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

Analizar con cuidado:

- El mercado.
- La experiencia que recibió el cliente.
- El producto o servicio que se ofrece.
- Las alternativas y las diferencias.
- Ventajas en el mercado.

Modelo de negocio

Algunos autores se refieren a él como la manera en que una compañía hace negocios (estrategia), mientras que otros autores se enfocan en el aspecto visual de integración de elementos del modelo.

1. Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
2. Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
3. Análisis técnico-operativo.
4. Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
5. Análisis financiero.

Bajos costos

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 y tecnología con alto control de calidad.

Elementos de los modelos de negocios

Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.
Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.
Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos.

Naturaleza del proyecto

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.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

Justificación de la empresa

Una vez que 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.

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.
- **Nombre de la empresa:** es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo.
- **Descripción de la empresa:** Comercial, Industrial, Servicio.

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

El análisis FODA

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto:

1. Fortalezas
2. Oportunidades
3. Debilidades
4. Amenazas

Misión de la empresa

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe. Toda misión debe contestar tres preguntas básicas:

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

Visión de la empresa

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 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. Los objetivos deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades, por ejemplo:

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