



Nombre del Alumno: José Miguel Reyes Villegas

Nombre del tema: nacimiento de la idea de negocio

Parcial: 2

Nombre de la Materia: taller del emprendimiento

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura enfermería

Cuatrimestre 9

Pichucalco, Chiapas a 14 de junio del 2024

Nacimiento de la idea de negocio

Concepto

- Tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.
- Diferenciara los productos similares al de la competencia.
- Dara una razón para escoger el producto.

Jeffry Timmons

Es "Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio"

Propuesta de valor

- Es una mezcla única de productos, servicios, beneficios, que la empresa ofrece a los clientes.
- Fayolle dice "el emprendimiento se trata de crear valor"

Características

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen etc.
- Incluir información importante para los clientes.
- Conocer y reflejar las características.
- Comunicar lo que hace mejor la empresa.
- Buscar la fidelidad del cliente.

Generación de ideas

Es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn:
¿Por qué es necesario el producto?
¿Dónde puede hacerse?
¿Cuándo debería hacerse?
¿Cómo se hace?

El emprendedor requiere

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

Elementos relacionados con el cliente

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de permanencia con el producto.
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa

- Objetivo estratégico de la empresa
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.

Modelo de negocio

Es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.

tiene tres 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

Características de los modelos de negocios

- Describe las operaciones de la compañía
- Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.
- La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, etc.

Bajos costos

- Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.
- El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya

Innovación y diferenciación

Debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente

Elementos de los modelos de negocios

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer

Principales elementos según Chesbrough y Rosenbloom

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancias
- Posición de la compañía en la red de oferentes
- Estrategia competitiva

Según Osterwalder y Pigner existen nuevos elementos

- Segmento del mercado
- Propuesta de valor
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores
- Flujos de efectivo
- Recursos clave
- Actividades claves
- Socios clave
- Estructura de costos.

Naturaleza del proyecto

- Es necesario definir la esencia del mismo.
- Cuáles son los objetivos de crearlo.
- Cuál es la misión que persigue.
- Por qué se considera justificable desarrollarlo.

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

- 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.

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

Características

- Descriptivo
- Original
- Atractivo
- Claro y simple
- Significativo
- Agradable

Descripción de la empresa

- **Comercial.** Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
- **Industrial.** Cualquier empresa de producción
- **Servicios.** Ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

Análisis FODA

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

Misión de la empresa

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe.
Debe ser:

- Amplia
- Motivadora
- Congruente

Visión de la empresa

- Motivadora
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable
- Realista,
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

- Se establecen en forma general para la empresa.
- Se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.

- 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).

Referencia

Universidad Del Sureste, [UDS], (2024) Antología taller del emprendimiento
<file:///C:/Users/user/Downloads/antologia%20del%20emprendimiento.pdf>