

GRUPO KAZAR
FONDO DE EMPORENDIMIENTO
“TENJO EMPRENDE”

SEGUNDA
ORIENTACION
GRUPAL

Secretaría de
Desarrollo Económico
y Medio Ambiente



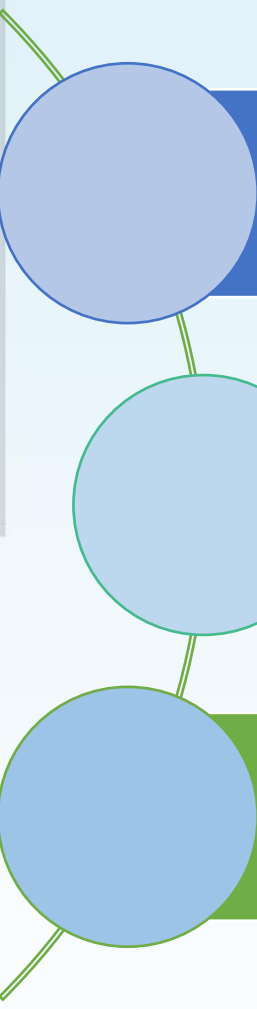
SESIÓN 2 MODELO DE NEGOCIO

2.1 PROCESO DE PRODUCTIVO

- El proceso productivo es el **conjunto de tareas y procedimientos requeridos** que realiza una empresa para efectuar la elaboración de **bienes, productos y servicios**.
- Operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma **planificada y sucesiva** para lograr la elaboración de productos.
- El proceso productivo es realizado por las empresas, las cuáles se valen de **información y tecnología** que es utilizada por las personas para la fabricación de los productos.

MODELO DE NEGOCIO

2.1 PROCESO DE PRODUCTIVO



ENTRADA: la empresa reúne todas las materias primas que serán imprescindibles para la fabricación de los productos que ofrecerá al mercado.

TRANSFORMACIÓN: Concretamente la transformación de las materias primas e insumos para ser convertidos en productos. En efecto, es básicamente el proceso de fabricación de los bienes y servicios

SALIDA: Los productos son todos los bienes y servicios que produce la empresa para el consumo final de los agentes económicos que son los consumidores

MODELO DE NEGOCIO

2.1 PROCESO DE PRODUCTIVO

ENTRADA

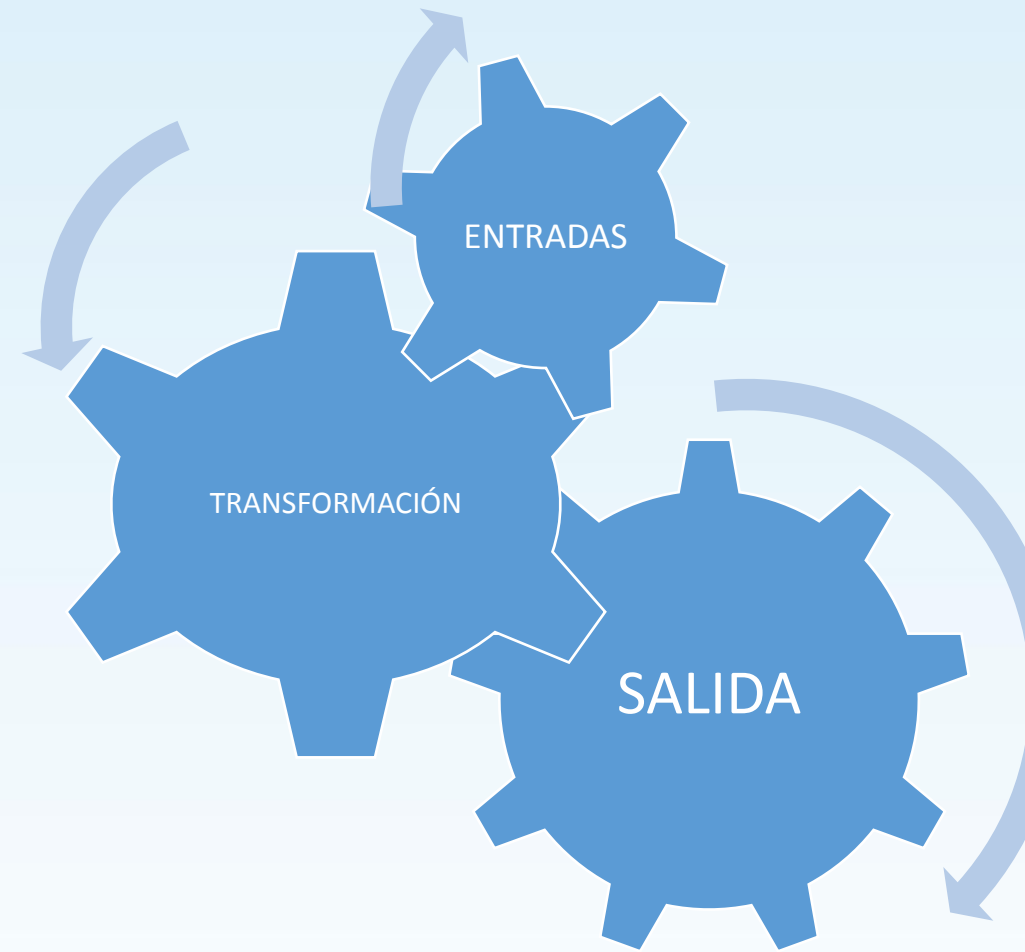
- MATERIA PRIMAS-MANO DE OBRA- ENERGIA- CAPITAL

PROCESO

- TRANSFORMACIÓN O CONVERSIÓN

SALIDA

- PRODUCTO, BIENES O SERVICIOS



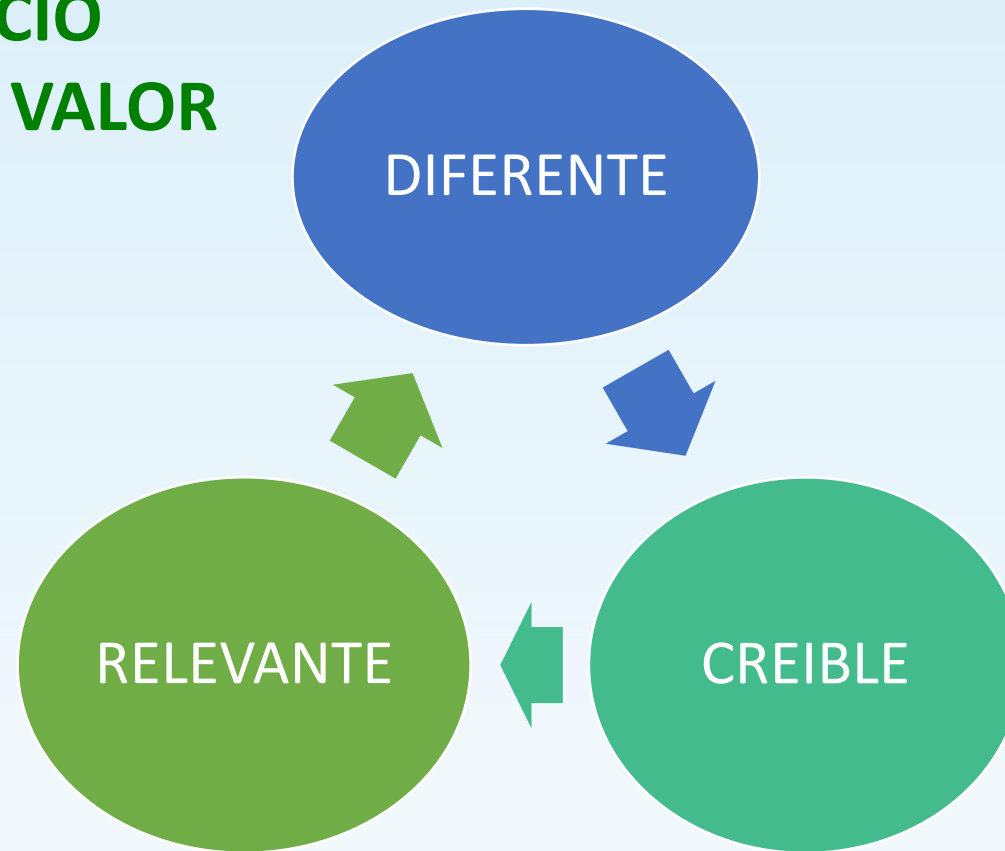
MODELO DE NEGOCIO

2.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

ENTRADA-MATERIAS PRIMAS-INSUMOS-RECURSOS HUMANOS-INFRAESTRUCTURA	PROCESO TRANSFORMACIÓN	SALIDA-PRODUCTO FINAL
Adquisición materias primas como: levadura, harina, azúcar, frutas). Revisión maquinaria y moldes. Equipo de producción o mano de obra. Alistamiento de empaque	Pesado materias primas, conteo unidades, prender horno, amasar, mezcla insumos; moldear, ingresar horno, tiempo cocción, retirado horno	Pan hojaldrad Pan galleta Pan francés
Adquisición plántulas, abonos, fertilizantes. Espacios módulos,	Alistamiento lavados, desinfección, llenado tubos o módulos, siembra, aplicación de fertilizantes, abonos. Riego. Cosecha, empaque	Lechuga hidropónica
Revisión de inventarios, productos	Pedido al proveedor, recibir cantidades y verificación, distribución góndolas, comprar en bogotá.	Productos para comercializar
Verificación de servicios, elaboración de paquetes turísticos, disponibilidad servicios Y espacios, capacidad instalada, tiempos espacios Y temporadas. Identificación de las necesidades Y solicitudes de los clientes.	Agendamiento y programación fechas, desarrollo paquetes o combos, desarrollo actividades, limpieza desinfección, servicio al cliente Alistamiento de los espacios, personas e insumos	Paquete o actividad Combo 1: pasadía xxcv Combo 2 : matrimonio full

MODELO DE NEGOCIO

2.2 PROPUESTA DE VALOR



La propuesta de valor es el factor que hace diferente y útil a una empresa frente a la competencia y es apreciado por los usuarios.

La estrategia que pone en marcha la empresa para distinguirse de sus competidores por algo en concreto.

MODELO DE NEGOCIO

2.2 PROPUESTA DE VALOR

Describa que lo hace diferente de sus competidores



Qué hace para vender sus productos o servicios

1. Promociones de venta
 2. Medios de comunicación
 3. Eventos especializados
 4. Recomendación de los clientes
 5. Anuncios en redes sociales
 6. Marketing de influencers
- 
- Ilustración de edificios con estrellas, rodeada por un círculo rojo.

MODELO DE NEGOCIO

2.2 PROPUESTA DE VALOR

Cuál es la necesidad que satisface su producto o servicio



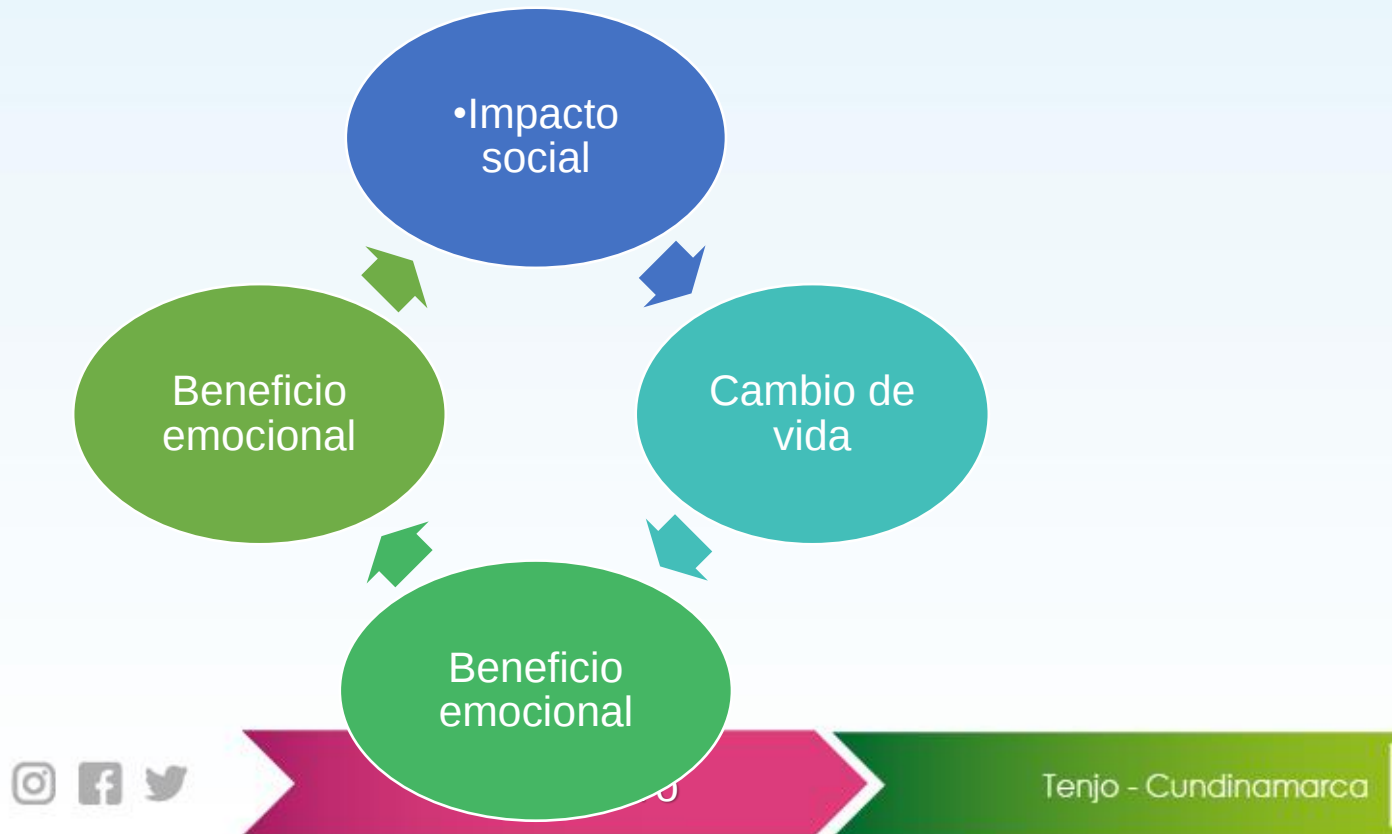
Contenido

Tenjo - Cundinamarca

MODELO DE NEGOCIO

2.2 PROPUESTA DE VALOR

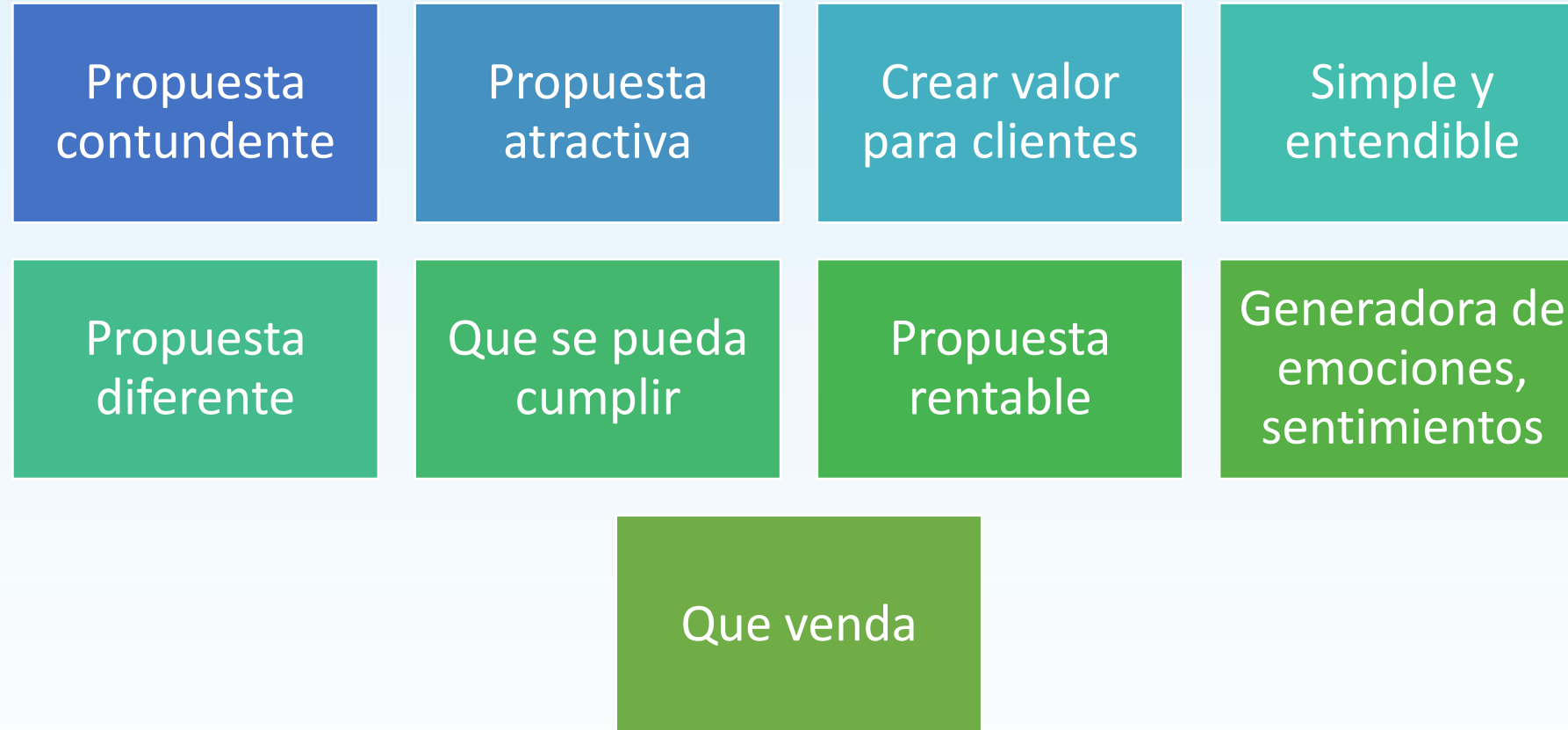
Debe comunicar aquello que ustedes esperan hacer mejor o diferente que su competencia, enfocado en la necesidad de sus clientes.
Siempre debe estar centrado en el cliente



MODELO DE NEGOCIO

2.2 PROPUESTA DE VALOR

9 CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA DE VALOR



MODELO DE NEGOCIOS

2.3 SEGMENTO CLIENTE

Proceso que consiste en categorizar a los clientes en diferentes grupos, que respondan a las características y particularidades de los mismos.

Cada segmento se conforma por usuarios que son similares en diferentes criterios y aspectos, lo cual hace que se sientan motivados y a gusto con los mismos estímulos y estrategias.

Principales Clientes	Tipo de relación	Cómo llegó	% Recurrencia	Datos personales del cliente	% total ventas
Visitante o turista, vecino	Comercial, casual, esporádica, permanente,	Por cercanía, Por contacto, Por que pasaba, recomendación	Entre 0% y 100%	Diga si - no	Entre 0% y 100%

MODELO DE NEGOCIOS

2.3 SEGMENTO CLIENTE



MODELO DE NEGOCIOS

2.4 SEGMENTO DE MERCADO

Segmento del mercado: Se han propuesto diversos tipos de segmentación o clasificación de los potenciales clientes en función de diferentes tipos de variables. Una segmentación común consiste en usar los siguientes tipos de variables.

Cuando muchas variables se combinan para proporcionar un conocimiento profundo del segmento, se le conoce como segmentación profunda. Cuando se da suficiente información para crear una imagen clara del miembro típico del segmento, se llama perfil del comprador.

Variables geográficas	Variables demográficas	Variables <u>psicográficas</u>	Variables socioeconómicas	Característica

MODELO DE NEGOCIOS

2.4 SEGMENTO DE MERCADO



MODELO DE NEGOCIOS

2.4 SEGMENTO DE MERCADO

Tamaño del mercado: Como se mueve actualmente el sector de la economía al que pertenezco (cifras).



Contenido

Tenjo - Cundinamarca

MODELO DE NEGOCIOS

2.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Describa el o los canales de distribución que utiliza para sus procesos de comercialización, a continuación, encontrara los canales y quienes son los actores

CANAL DIRECTO	FABRICANTE	CLIENTE		
CANAL CORTO	FABRICANTE	DISTRIBUIDOR	CLIENTE	
CANAL LARGO	FABRICANTE	DISTRIBUIDOR	MAYORISTA	CLIENTE

2.8 RECURSOS CLAVES

En esta sesión el emprendedor debe descubrir todos los recursos clave para la puesta en marcha del proyecto, debe incluir recursos NATURALES, TÉCNICOS, FINANCIERO Y HUMANOS

RECURSOS TECNICOS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS INTELECTUALES Y DE VALOR AGREGADO	RECURSOS FINANCIEROS
Describa su stock de maquinaria, equipos, elementos, vehículos, infraestructura etc	Cuántas personas componen su emprendimiento, empresa o asociación.	El principal es marca registrada, códigos de barras, registros INVIMA, sellos de calidad, sellos de confianza entre otros.	Con cuánto dinero inicio y cuál es su capital actual