



UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

Programa Formación de Emprendedores

Sesión 3

Identificación y Evaluación de la Idea de Negocio. Descripción del Negocio



Programa Nacional para la Promoción
de Oportunidades Laborales



Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Agenda

8:00-10:30

- Dinámica “Las Perlas”

11:00-13:30

- Identificación de ideas de negocio

14:30-17:00

- Evaluación de ideas de negocio

17:30-20:00

- Nombre y breve descripción del negocio

8:00-10:30

- Dinámica “Las Perlas”

11:00-13:30

14:30-17:00

17:30-20:00

8:00-10:30

11:00-13:30

- Identificación de una Idea de negocio

14:30-17:00

17:30-20:00

OBJETIVO GENERAL



UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

- Se trata de identificar una idea de negocio que permita obtener beneficios económicos y autoempleo permanente al emprendedor.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar necesidades no satisfechas en el mercado
- Identificar los productos que piden los nichos de mercado en expansión.
- Identificar los parámetros para crear una propuesta de valor para su producto.



¿ QUÉ TIPO DE IDEAS ?

- Ideas novedosas
- Ideas diferentes
- Ideas concretas y precisas
- Ideas que revolucionen el sector industrial donde vamos a competir
- PERO NO CUALQUIER IDEA:
 - **SON IDEAS DE NEGOCIO**



IDEAS DE NEGOCIO

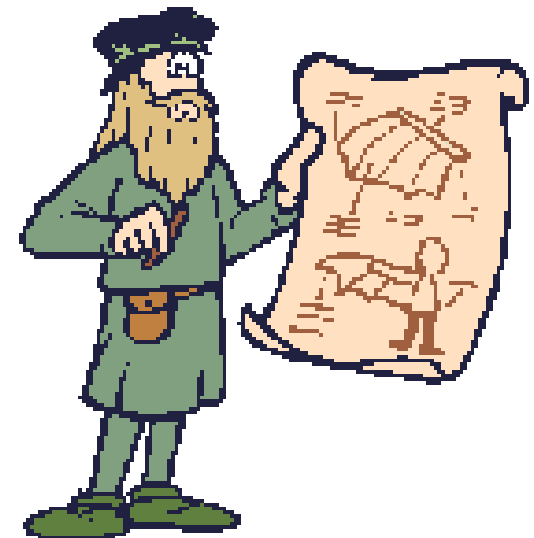
- Al tener claras las ideas de negocio, debemos hacer una evaluación de cada una de ellas con el propósito de determinar cual o cuales constituyen:

**OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO**




IDEAS DE NEGOCIO PASOS A SEGUIR

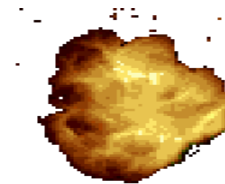
- Generar el máximo de ideas, sin barreras de ningún tipo
- Mire su Medio Ambiente ó su entorno inmediato
- Piense en forma realista
- Infórmese y sea objetivo
- Solo después de este ejercicio pase a la etapa siguiente que es la evaluación de aquellas que verdaderamente constituyen oportunidades reales de negocio



IDEAS DE NEGOCIO

ERRORES COMUNES QUE INTERFIEREN EL PENSAMIENTO REALISTA

- Falta de realismo en las expectativas
- Atención selectiva
- Magnificación y Minimización
- Pensamiento Dicotómico
- Pensamiento de deseo
- Errores de estilo Atribucional
- Sistemas de retroalimentación deficientes 
- La simplificación
- Cogniciones Frías frente a Cogniciones Calientes
- Tolerancia a la frustración



IDEAS DE NEGOCIO

- El proceso de **creación de un negocio**, desde la idea inicial hasta su puesta en marcha, así como la dirección del negocio, una vez que se ha iniciado requiere de emprendedores e intraemprendedores con pensamiento realista.
- De ahí la importancia de que cada uno de ustedes conozca sus propias deficiencias para pensar en forma realista y trate de superarlas, ó busque el suplirlas .
- El propósito es asegurar otro aspecto fundamental en el desarrollo y éxito empresarial



TRABAJO EN EQUIPO



UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

- Proponga al menos 9 ideas de negocios relacionadas con su ámbito propio de su interés:

8:00-10:30

11:00-13:30

14:30-17:00

- Evaluación de ideas de negocio

17:30-20:00

MODELO DE EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO



Lluvia de Ideas

IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

Modelo "Y"

Lluvia de Ideas

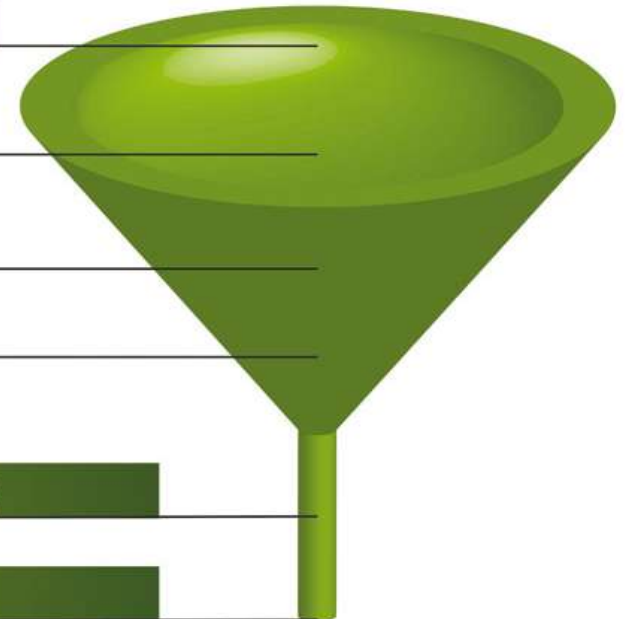
Macrofiltro

Microfiltro

Análisis FODA

Plan de Marketing

Plan de Negocio



LLUVIA DE IDEAS

- Crianza y engorde
- Cultivo
- Artesanía
- Manufactura
- Educación
- Entretenimiento y turismo
- Salud y Belleza



IDEAS SELECCIONADAS

Crianza de cuyes	Agricultura Orgánica de legumbres	Plantación de Tara
Conservas de trucha	Hospedaje Rural	Cabina Internet
Venta de Agroquímicos	Artesanía en cerámica	Sistema de Gestión Informático

EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

- Macrofiltro
 - Considera los factores preliminares para seleccionar de entre las mejores nueve ideas de negocio a los cuales se les otorga un puntaje de acuerdo nuestra apreciación como:
 - Muy Favorable (5 pts.)
 - Favorable (4 pts.)
 - Neutro (3 pts.)
 - Desfavorable (2 pts.)
 - Muy Desfavorable (1 pt)

EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO



**UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS**
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

MACROFILTRO

IDEAS DE NEGOCIO	
	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9

PUNTAJE
5 MUY FAVORABLE
4 FAVORABLE
3 SATISFECHO
2 DESFAVORABLE
1 MUY DESFAVORABLE

FACTORES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RESTRICCIONES LEGALES									
MERCADO DISPONIBLE									
TECNOLOGIA DISPONIBLE									
MANO DE OBRA DISPONIBLE									
COSTO DE MANO DE OBRA									
MATERIA PRIMA DISPONIBLE									
TOTAL									

EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO



UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

MACROFILTRO

IDEAS DE NEGOCIO	
Crianza de cuyes	1
Conserva de truchas	2
Venta de agro químicos	3
Agricultura orgánica de legumbres	4
Hospedaje rural	5
Artesanía en cerámica	6
Plantación de Tara	7
Cabina internet	8
Sistema de gestión informático	9

PUNTAJE

5 MUY FAVORABLE

4 FAVORABLE

3 SATISFECHO

2 DESFAVORABLE

1 MUY DESFAVORABLE

FACTORES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RESTRICCIONES LEGALES	4	3	3	3	4	5	4	4	4
MERCADO DISPONIBLE	4	4	5	3	4	4	4	3	3
TECNOLOGIA DISPONIBLE	4	3	4	3	4	5	4	5	4
MANO DE OBRA DISPONIBLE	4	2	3	3	4	5	4	4	3
COSTO DE MANO DE OBRA	4	2	4	3	5	4	3	4	3
MATERIA PRIMA DISPONIBLE	3	3	4	3	5	5	4	4	4
TOTAL	23	17	23	18	26	28	23	24	21

EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

MICROFILTRO

Organización

- ¿Cómo nos organizamos?

Producción

- ¿Quién producirá?
- ¿Cuánto?
- ¿Con qué?
- ¿Dónde?
- ¿Cómo?



Planificación del Proyecto

Comercialización

- Comercializar ¿Qué?
- ¿Para quién?
- ¿Dónde?
- ¿Cuándo?
- ¿Cómo?

Financiamiento

- ¿Para qué?
- ¿Quién financiará?

EVALUACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

ORGANIZACIÓN	PRODUCCION
COMERCIALIZACION	FINANCIAMIENTO

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Otros criterios de evaluación

- EVALUACIÓN DEL ESPACIO DISPONIBLE EN EL MERCADO
- LA DIMENSIÓN DE LA OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO
 - Se determina por el número y tipo de clientes

- TAMAÑO DEL MERCADO
- PODER ADQUISITIVO

- Por la tasa de crecimiento del grupo de clientes seleccionados
- Por el tiempo que dura la oportunidad



SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- **RENTABILIDAD ESPERADA SOBRE EL CAPITAL**
 - Es un objetivo empresarial buscar la rentabilidad sobre el capital invertido
 - La idea es que a través de técnicas simples y rápidas Ud. pueda dimensionar los recursos financieros necesarios
 - Lo anterior facilita la estimación y comprensión de la rentabilidad y su relación con el volumen de operación y el riesgo
 - Las técnicas que Ud. deberá ocupar y que facilitan la comprensión de la rentabilidad y su relación con el volumen de operaciones son:

- **Flujo de Fondos**
- **Punto de equilibrio**
- **Inversión inicial necesaria**

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- **PROYECCION DEL NEGOCIO**

– Realizado el ejercicio anterior es vital poder analizar la proyección de la oportunidad del negocio, es decir las posibilidades de crecimiento del negocio en el largo plazo. Para ello es necesario que Ud. ...

- Dimensione el mercado
- Estimar conforme a alguna tasa una proyección de crecimiento futuro
- Evaluar las posibilidades de integración en ambos sentidos del negocio que esta enfrentado

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- **ESTABILIDAD DEL FLUJO DE CAJA**

- Un negocio puede parecer atractivo en su inicio y, sin embargo, ser extremadamente sensible a cambios leves del entorno. En este sentido es especialmente relevante analizar la sensibilidad de los flujos de caja ante cambios en el entorno económico legal



SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- **NIVEL EN QUE SE SATISFACERÁ UNA NECESIDAD REAL**
 - Los clientes son la base de todo negocio

- **COMPATIBILIDAD DEL NEGOCIO CON LOS VALORES PERSONALES**
 - Si ambos coinciden podrá entonces dedicar todo su esfuerzo y energía la negocio

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- ¿QUIÉNES SON CLIENTES ?
 - Persona o unidad interna o externa que cumple uno o todos los roles que se indican :
 - Tiene poder de decisión de compra
 - Tiene capacidad de pago
 - Consume o usa el producto o servicio

¿CÓMO SE ENCUENTRA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIOS?

- Una buena idea de negocios se basa en las necesidades de su clientela. Si un negocio ofrece un buen producto pero nadie lo necesita, el negocio será un fracaso.
- Se pueden extraer ideas para negocios de todas partes, pero estas deben estar de acuerdo con lo que la clientela desea y puede pagar.
- Las personas que podrían estar interesadas en comprar un producto o servicio se conocen como el mercado posible para dicho producto.
- Toda buena idea de negocios está basada en el conocimiento de los deseos del Mercado.

¿CÓMO SE ENCUENTRA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIOS?

- Beatriz Ramos deseaba iniciarse en los negocios para aumentar los ingresos de la familia. Su hermano tenía una ferretería exitosa y le ofreció ser su socia capitalista, aportando fondos, compartiendo utilidades y con la responsabilidad de manejar su negocio.
Sin embargo, a Beatriz le gustaba mucho elaborar canastas y colgantes de pared que eran admirados por sus amistades, por lo que al principio ella pensó abrir una tienda de adornos para el hogar. Después de conversar con otros/as dueños/as de negocios locales, ella pensó que había muy pocos posibles clientes que podrían comprarle sus adornos en la vecindad, por lo que su negocio no sería rentable.
- **“Estas canastas son hermosas, pero no hay mucha gente aquí que pueda gastaren comprar adornos tan finos”.**
- Después, Beatriz pensó entrar en el negocio de confecciones, pero averiguó que había muchas personas dedicadas a la confección en su área.
- El dueño de la funeraria local le informó a Beatriz que había una gran demanda de flores para los funerales. Aunque ella tenía un pequeño jardín, nunca había cultivado flores, y decidió obtener más información.

¿CÓMO SE ENCUENTRA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIOS?

- Al mismo tiempo que buscaba una buena idea para su negocio, Beatriz trataba de encontrar un lugar para su hijo Andrés en una guardería local. Ella sabía que, cuando iniciara su negocio, no tendría tiempo para atender a Andrés y que era recomendable iniciar temprano su educación. Sin embargo, en las guarderías cercanas no había vacantes y la mayoría tenían listas de espera. Varias de las familias conocidas por ella se quejaban de que no había suficientes guarderías infantiles en el área.
- **“No hay lugar para nuestros niños y niñas en las guarderías locales. ¿Qué podemos hacer?”**
- Beatriz se dio cuenta de que había necesidad de una guardería infantil y decidió abrir una ella misma. Hoy día, su guardería es un negocio rentable.
- Beatriz no tenía experiencia operando una guardería, pero ella pudo identificar un vacío en el mercado, que representaba a la vez una buena oportunidad de negocios.

¿CÓMO SE ENCUENTRA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIOS?

- Ella visitó algunas guarderías y conversó con las personas que las dirigían. Ella habló con amistades y familias vecinas que tienen niños y niñas pequeños/as para averiguar lo que ellos/as deseaban de una guardería. Luego, con el apoyo financiero de una amiga, alquiló un local y contrató una profesora titulada como directora.
- Aunque ella misma no tenía ningún entrenamiento, Beatriz utilizó sus fortalezas y activos. Ella usó sus contactos con varias familias para investigar la naturaleza y tamaño de la demanda por una guardería. El apoyo de su amiga también le permitió obtener financiamiento y finalmente empleó su propia experiencia como cliente.

¿CÓMO SE ENCUENTRA UNA BUENA IDEA DE NEGOCIOS?

- Beatriz encontró un vacío (“nicho de mercado”): escuchando lo que la gente deseaba, encontró una oportunidad de negocios.
- *Evaluó el mercado: conversó con posibles clientes.*
- *Obtuvo información y habilidades: visitó otros negocios similares y contrató personal calificado para ayudarla.*
- *Obtuvo financiación: para proveer el local y equipamiento para el negocio.*
- *Utilizó su experiencia: como madre de familia, ella misma sabía lo que era necesario y proporcionó un buen servicio a su clientela.*
- *Ahora que usted ha conocido este caso , trate de encontrar historias exitosas similares*

FORMATO DE ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIOS

1. **Nombre del Negocio:** Guardería Infantil Arco Iris
2. **Productos o Servicios vendidos:** Educación preescolar
3. **Principales Clientes:** Familias del área local
4. **Cuándo y por qué el/la propietario/a decidió iniciar este negocio:** Beatriz empezó su negocio en 1997, cuando necesitaba un ingreso adicional. Estuvo buscando un centro inicial para su propio hijo y no halló ninguno cercano.
5. **¿Por qué el/la propietario/a piensa que fue una buena idea iniciar esa clase de negocio?:**
Beatriz descubrió que no había vacante en ninguna guardería, que había muchas otras familias buscando guarderías para sus niños y niñas, y que en su localidad había una buena cantidad de niños y niñas que necesitaban educación preescolar.
6. **¿Cómo averiguó el/la propietario/a lo que la gente de la localidad deseaba?:** Beatriz visitó Todos los centros preescolares de la localidad. También conversó con muchas familias de la localidad, amistades y vecinos/as.

FORMATO DE ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIOS

7. **¿Qué fortalezas o activos usó el/la propietario/a para iniciar este negocio? (Ejemplo: experiencia previa, entrenamiento, contactos personales, aficiones):**
Beatriz provenía de una familia extensa y sabía mucho sobre niños/as. Utilizó los consejos de sus amistades y vecinos/as y la asistencia financiera de su mejor amiga. Pensó como si ella misma fuera una clienta, es decir, un padre o madre de familia, y se puso a pensar en todo aquello que le gustaría que ofreciera el centro. Usó esto para organizar la guardería y sus programas.
8. **¿Qué problemas tuvo que enfrentar el/la propietario/a al iniciar el negocio?:**
Beatriz no había recibido formación como profesora de preescolar, pero resolvió este problema contratando a personal calificado.
9. **¿Han cambiado el producto o servicio del negocio, en el transcurso del tiempo?:**
El Centro Inicial Arco Iris ha crecido. Beatriz empezó solo con una clase (15 niños/as), ella y una profesora. El siguiente año ya tenía dos clases (30 niños/as), dos profesoras y una administradora/ secretaria. Ahora Beatriz tiene cinco clases (75 niños/as), seis profesoras, una administradora/secretaria y una enfermera.

FORMATO DE ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIOS

- En ocasiones, la actividad que nos gusta no es necesariamente una idea rentable de negocio. Beatriz no hubiera sido capaz de obtener utilidades vendiendo sus canastas.
- La primera idea no siempre es la mejor. Es importante tener información actual sobre esa idea en el mercado. Beatriz indagó sobre el mercado para sus canastas antes de empezar el negocio.
- Si usted encuentra una buena idea pero no cuenta con la formación adecuada, puede emplear personal calificado.
- Será necesario que cuente con una ayuda financiera antes de que empiece su negocio.
- Esta idea de negocio fue exitosa porque estuvo basada en la identificación de una oportunidad de negocios y en el conocimiento de una demanda específica del mercado.



1. Nombre del negocio:
2. Productos o servicios vendidos:
3. Principales clientes:
4. ¿Cuándo y por qué el/la propietario(a) decidió iniciar este negocio?
.....
.....
5. ¿Por qué el/la propietario(a) piensa que fue una buena idea iniciar esa clase de negocio?
.....
.....
.....
6. ¿Cómo averiguó el/la propietario(a) lo que la gente de la localidad deseaba?
.....
.....
.....
7. ¿Qué fortalezas o activos usó el/la propietario(a) para iniciar este negocio? (Ejemplo: experiencia previa, entrenamiento, contactos personales, aficiones):
.....
.....
.....
8. ¿Qué problemas tuvo que enfrentar el/la propietario(a) al iniciar el negocio?
.....
.....
.....
9. ¿Han cambiado el producto o servicio del negocio en el transcurso del tiempo?
.....
.....
.....

Notas.

.....
.....
.....

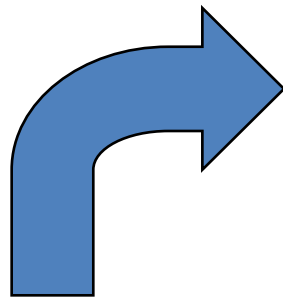
FORMATO DE ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIOS

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

Evaluación de la Oportunidad

- ¿QUIÉNES SON CLIENTES ?

Cliente Interno

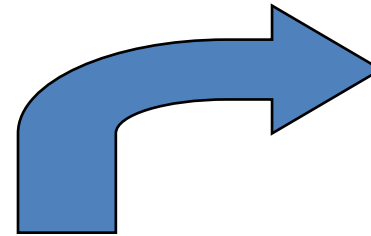


ADMINISTRATIVO

PROVEEDOR



Cliente Externo



CONSUMIDOR

DISTRIBUIDOR
Ó INTERMEDIARIO



EVALUACION DE IDEAS DE NEGOCIO

- ¿Cómo decidimos por un negocio?: Los empresarios o futuros empresarios están permanentemente a la caza de negocio. La pregunta es ¿dónde está el negocio?, ¿qué hacer para ganar plata?. Los empresarios de éxito han desarrollado de manera intuitiva la capacidad de identificar ideas de negocio.
- GENERACIÓN DE NEGOCIOS La idea de generar un negocio tiene fuentes diferentes. Es difícil identificar una fuente única puesto que cada empresario, de manera intuitiva, da rienda suelta a su imaginación para convertir en realidad lo que comienza siendo una simple idea.

CONCLUYAMOS

- El negocio lo define el cliente
 - Clara definición del cliente
 - A quién queremos como cliente (nichos)
 - Conocer al cliente
 - ¿Qué necesitan?
 - ¿Qué atributos valoran ?
 - ¿Cómo podemos contactarlos?
 - ¿Cuáles son sus rasgos de comportamiento?
 - ¿Cómo y cuando consumen?

SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO CONCEPTO DE NEGOCIO

- Se trata de determinar:
 - Características del producto o servicios a ofrecer
 - Clientes a los que pretendo llegar
 - Ubicación geográfica
 - Ámbito de operaciones
 - Barreras de entrada
 - Ventajas competitivas
 - Poder de proveedores



SELECCIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO

CONCEPTO DE NEGOCIO

Ejemplo:

- **Nuevo y dinámico concepto de negocio.**

- Gran oferta de artículos.
- Mínima inversión (desde 18 600 Euros).
- Mínimo riesgo.
- Alta rentabilidad.
- Máxima flexibilidad.
- Fácil Gestión de negocio.
- Plan de expansión.
- Trabajo satisfactorio.
- Respaldado por una gran empresa.



Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios

1. TRABAJO DE CAMPO

- Conversando con clientes/as, proveedores/as y personas de la comunidad, usted puede reunir información útil acerca de los factores que afectan su idea de negocios.
- Puede tener discusiones informales y hacer observaciones o puede concertar visitas formales y entrevistas. Las visitas le tomarán tiempo, sin embargo: Al hacer esta investigación de campo, usted ya está empezando a actuar como un/a empresario/a de éxito y los contactos que haga durante estas visitas también le serán de utilidad cuando empiece su negocio.

Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios

TRABAJO DE CAMPO

- Al hacer una entrevista, usted se está presentando a sí mismo/a y a su idea de negocios y al mismo tiempo está obteniendo información. Describa su idea en forma positiva, explique por qué usted cree que su producto o servicio será algo que tendrá demanda.
- Esta es la primera oportunidad para tratar de promover su idea. Lleve algunas hojas de papel para escribir lo que la gente le comenta. No use un cuaderno grande. Pregunte a las personas si les molesta que usted tome notas. Si esto no les gusta a algunos/as de ellos/as, trate de recordar lo que ellos/as dicen y anotarlo tan pronto como pueda.
- Lleve una lista de chequeo de las posibles preguntas que usted podría formular; sin embargo, lo conveniente es dejar que la conversación fluya naturalmente.

Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios

2. QUÉ PREGUNTAR A LOS CLIENTES

- Las preguntas que usted formule serán diferentes dependiendo si su producto o servicio es nuevo en la localidad o si ya existe. Para un producto ya existente, algunas de sus preguntas podrían ser:
 - ¿Dónde acostumbra usted comprar este producto o servicio?
 - ¿En qué otro lugar podría usted adquirir este producto o servicio?
 - ¿Por qué lo compra en “x”?
 - ¿Con qué frecuencia lo compra?
 - ¿Qué precio acostumbra pagar?
 - ¿Qué opinión tiene sobre la calidad de su compra / servicio?
 - ¿Qué piensa usted sobre el precio?
 - ¿Hay alguna manera en la que usted piensa que podría mejorarse? (estilo, empaque, servicio)
 - ¿Conoce usted a alguien mas que esté proyectando ofrecer este producto o servicio

Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios

3. QUÉ PREGUNTAR A PROVEEDORES, MAYORISTAS Y COMPETIDORES

- ¿Con qué facilidad podría obtener estos productos?
- ¿Están disponibles siempre los productos?
- ¿De qué calidades son los productos que están disponibles?
- ¿A qué precios están?
- ¿Qué clase de servicio, almacenaje o embalaje es necesario?
- Lo que necesita conocer de los/as mayoristas de materiales es:
 - ¿Cuánto costarían mis materiales según determinados volúmenes?
 - ¿Qué tan confiable sería el abastecimiento?
 - ¿Quién más provee estos materiales?
 - Cualquier aspecto adicional relacionado con el almacenaje, transporte

Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios Análisis FODA

4. DENTRO DEL NEGOCIO

Para analizar las fortalezas y debilidades de una idea de negocios, usted mira dentro del proyecto de negocios: ¿en qué será bueno el negocio y cuáles son sus debilidades?

- **Fortalezas son los aspectos positivos específicos que le darán a su negocio una ventaja competitiva sobre otros similares y competidores.** Podría ser que usted se proponga vender un producto de mejor calidad o tener un local que sea más accesible a su clientela.
- **Debilidades son los aspectos específicos en los cuales su negocio no será bueno.** Quizás sus costos sean altos porque su negocio está ubicado lejos de los/as proveedores/as y tendrá que pagar más por transporte.

Métodos que puede usarse para analizar Ideas de Negocios Análisis FODA

5. FUERA DEL NEGOCIO

Para analizar las oportunidades y amenazas de su proyecto empresarial usted debe mirar fuera del negocio. Por ejemplo, la comunidad en la que se va a desarrollar: ¿qué aspectos del entorno o medio ambiente serán de beneficio para el negocio y cuáles afectarán negativamente al mismo?

- **Oportunidades son desarrollos potenciales, en proceso en su entorno, que serán buenos para su negocio.** Podría ser que la demanda para el producto que usted se propone producir aumentará por el mayor flujo de turistas.
- **Amenazas son eventos probables que pueden afectar su negocio negativamente.** Por ejemplo, la idea de negocios puede ser tan simple que otras personas pueden empezar negocios similares en su localidad y reducir su participación del mercado.

8:00-10:30

11:00-13:30

14:30-17:00

17:30-20:00

- Nombre y breve descripción del negocio

Modelo de negocio del Grupo INDITEX



INDITEX

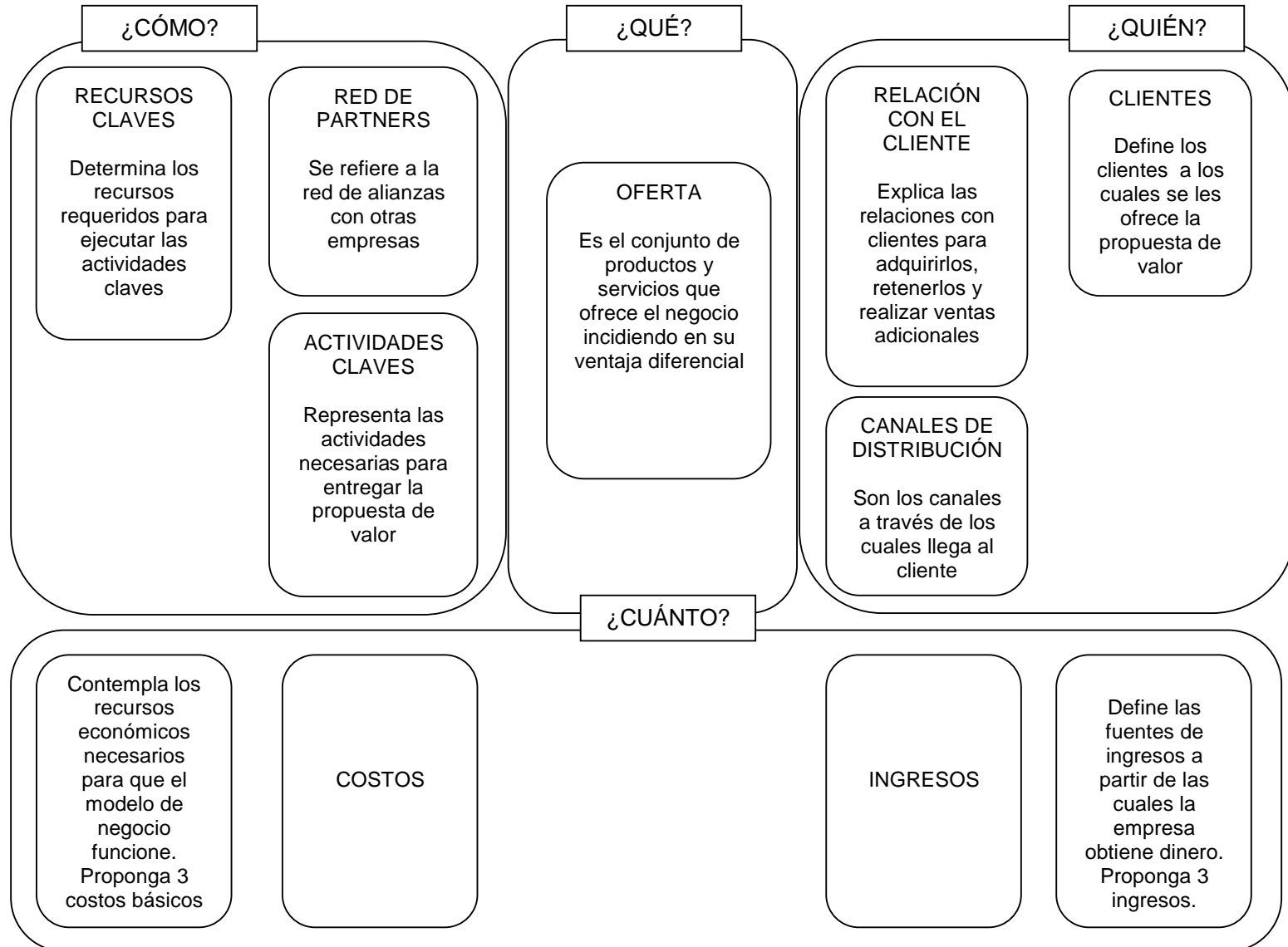
Diseño de modelos de negocios. (Business Model Design)

Inditex es uno de los principales distribuidores de moda del mundo, con ocho formatos comerciales -[Zara](#), [Pull & Bear](#), [Massimo Dutti](#), [Bershka](#), [Stradivarius](#), [Oysho](#), [Zara Home](#) y [Uterqüe](#) - que cuentan con 5.527 establecimientos en 82 mercados.

Un modelo de negocio describe los fundamentos de cómo una organización crea, desarrolla y captura valor.



MODELO DE NEGOCIOS





Lienzo para diseñar tu Modelo de Negocio

RED DE PARTNERS	ACTIVIDADES CLAVES	OFERTA	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
	RECURSOS CLAVES		CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FLUJOS DE INGRESO	

Análisis del Modelo de Negocio del Grupo **INDITEX**



Un ejemplo y caso de éxito



INDITEX

Grupo INDITEX - Modelo de Negocio

INDITEX EN LA ACTUALIDAD



4.607 tiendas

74 países

92.301 empleados

68 % Facturación extranjero

11.084 M € cifra de negocio 2009

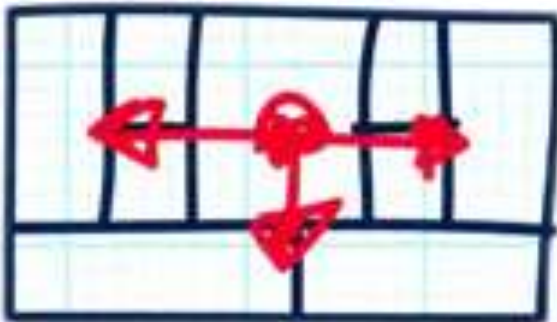
**Fabricación y distribución de
prendas de vestir, calzado y
complementos (moda)**

Grupo INDITEX - Modelo de Negocio

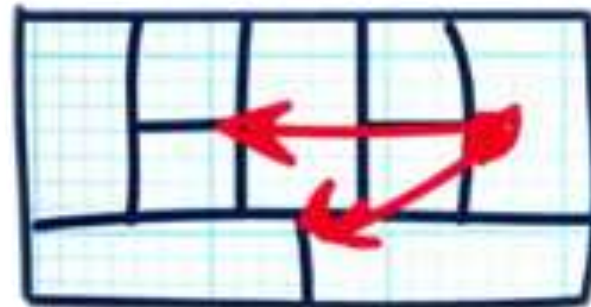


Grupo INDITEX - Modelo de Negocio

El Grupo Inditex, tiene dos epicentros bien definidos en los cuales basa y desarrolla la totalidad de su modelo de negocio.



A partir de la oferta



A partir de las
necesidades del cliente

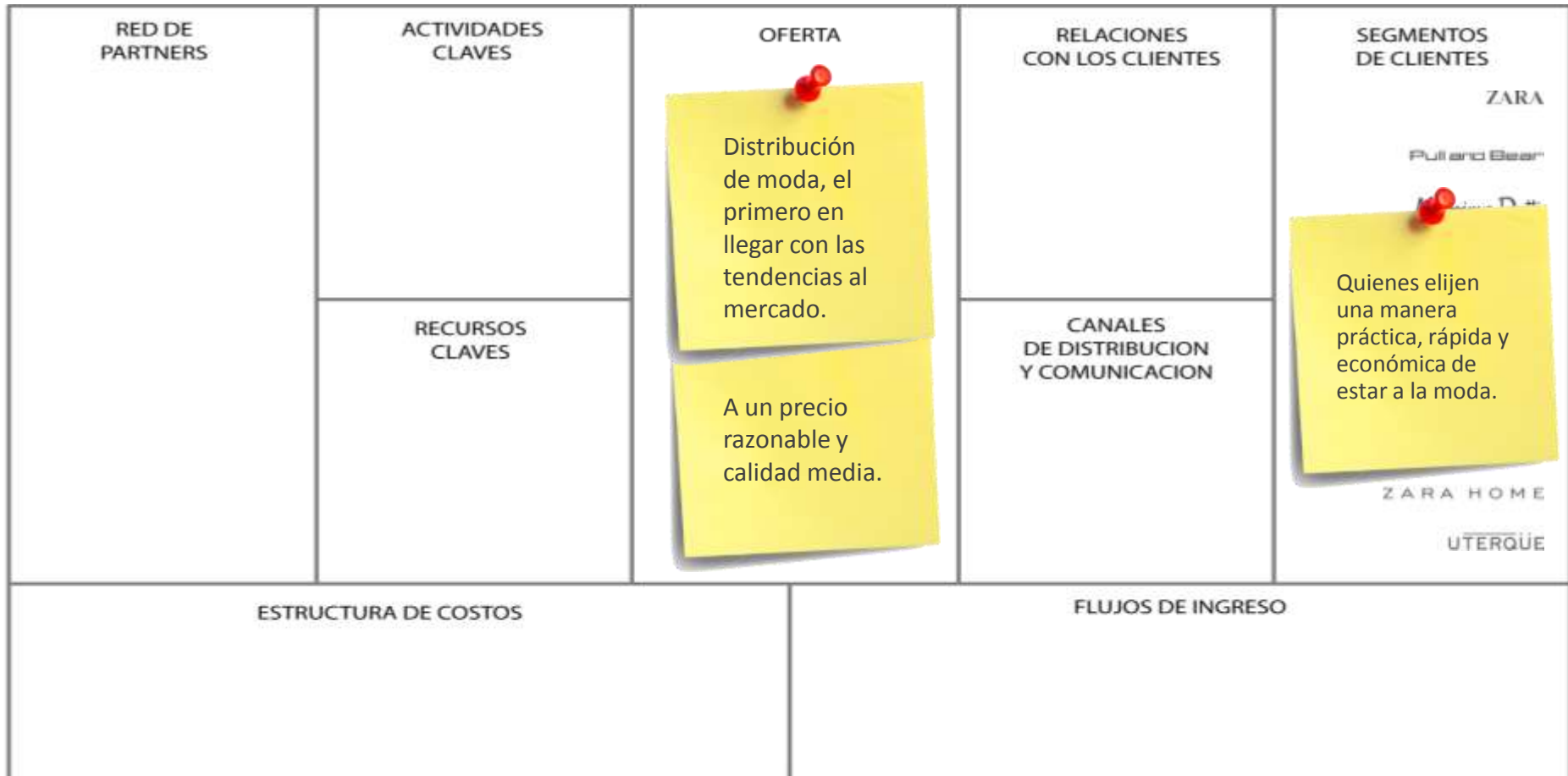
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



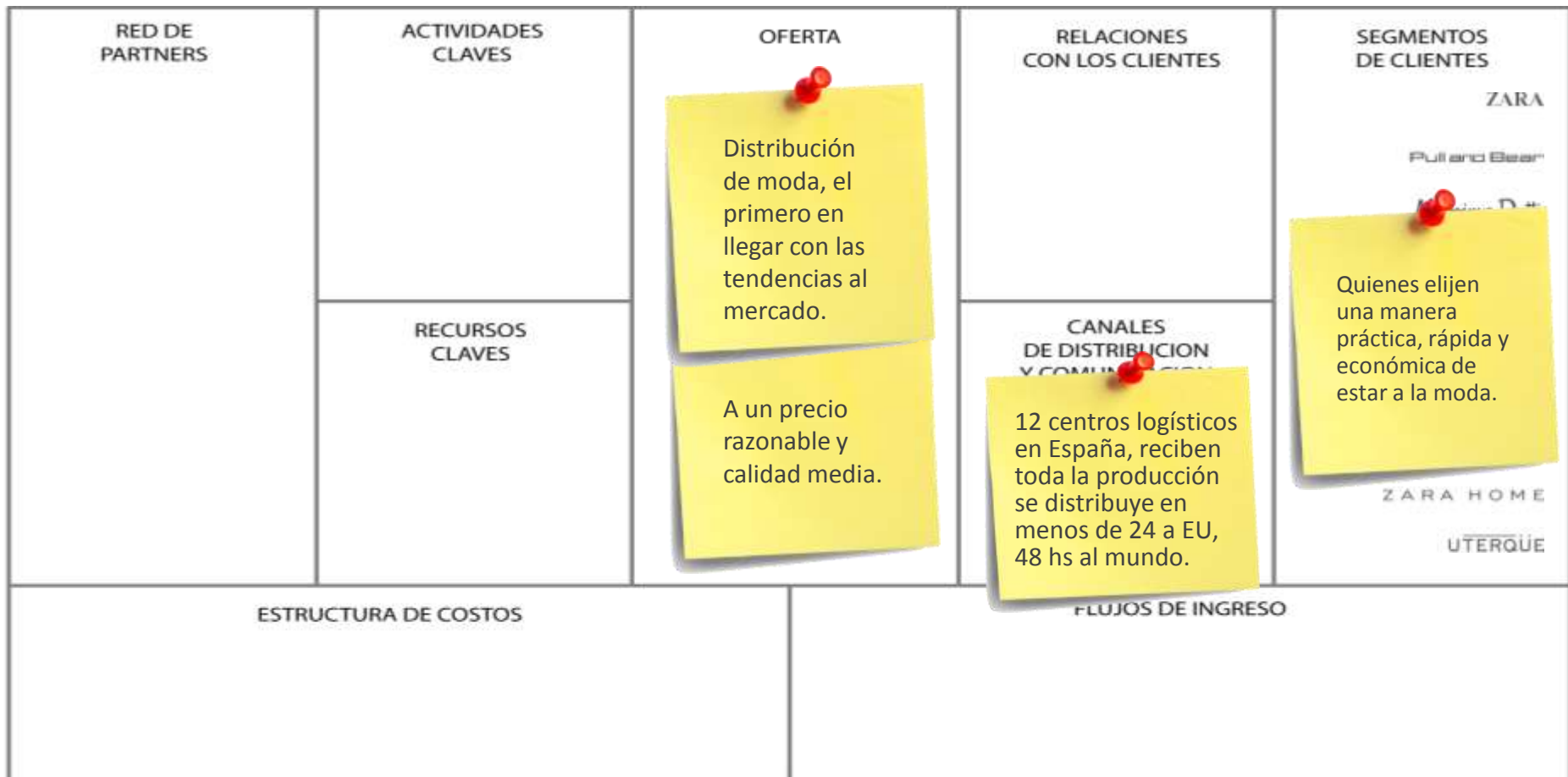
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



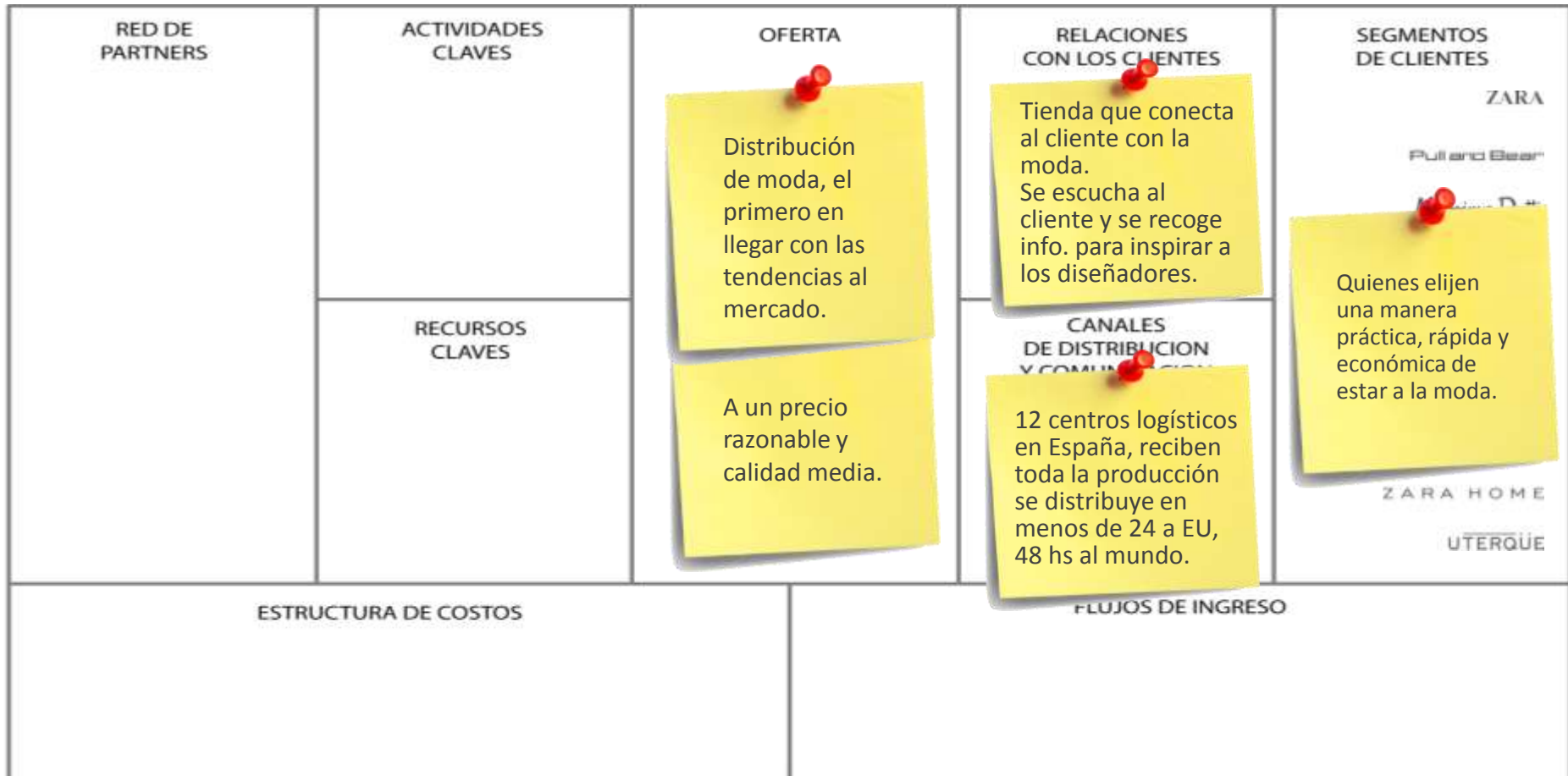
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



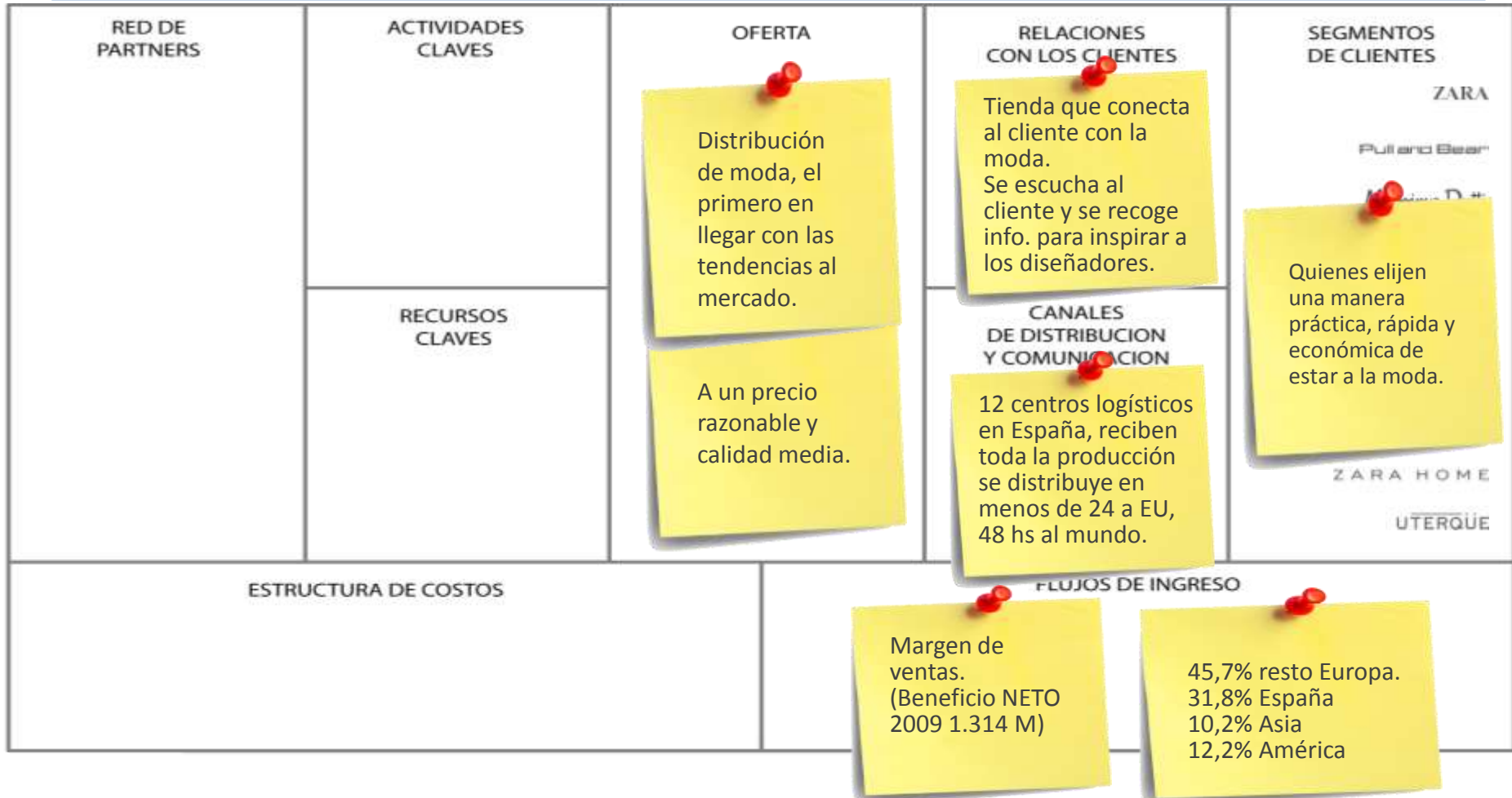
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



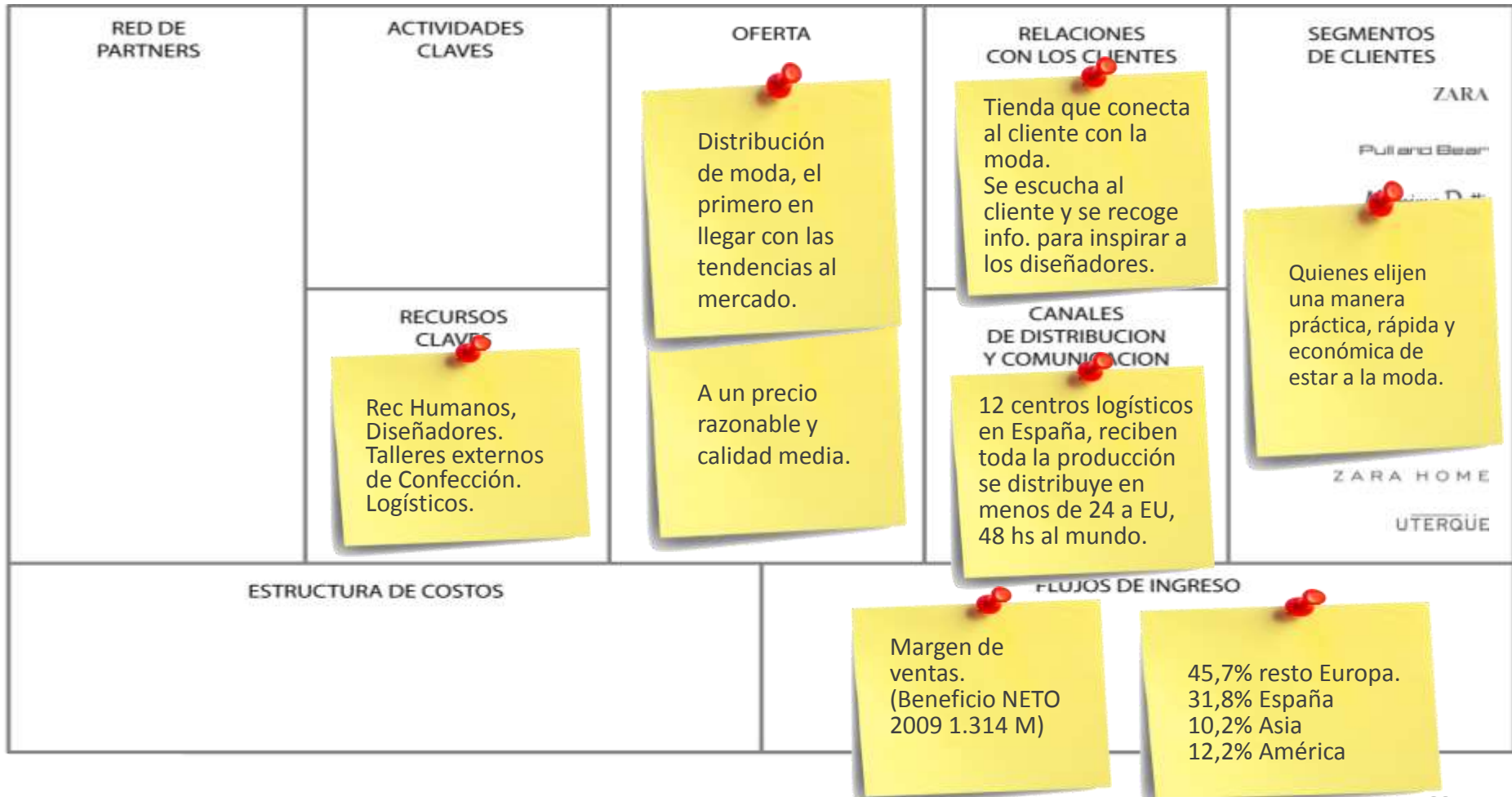
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



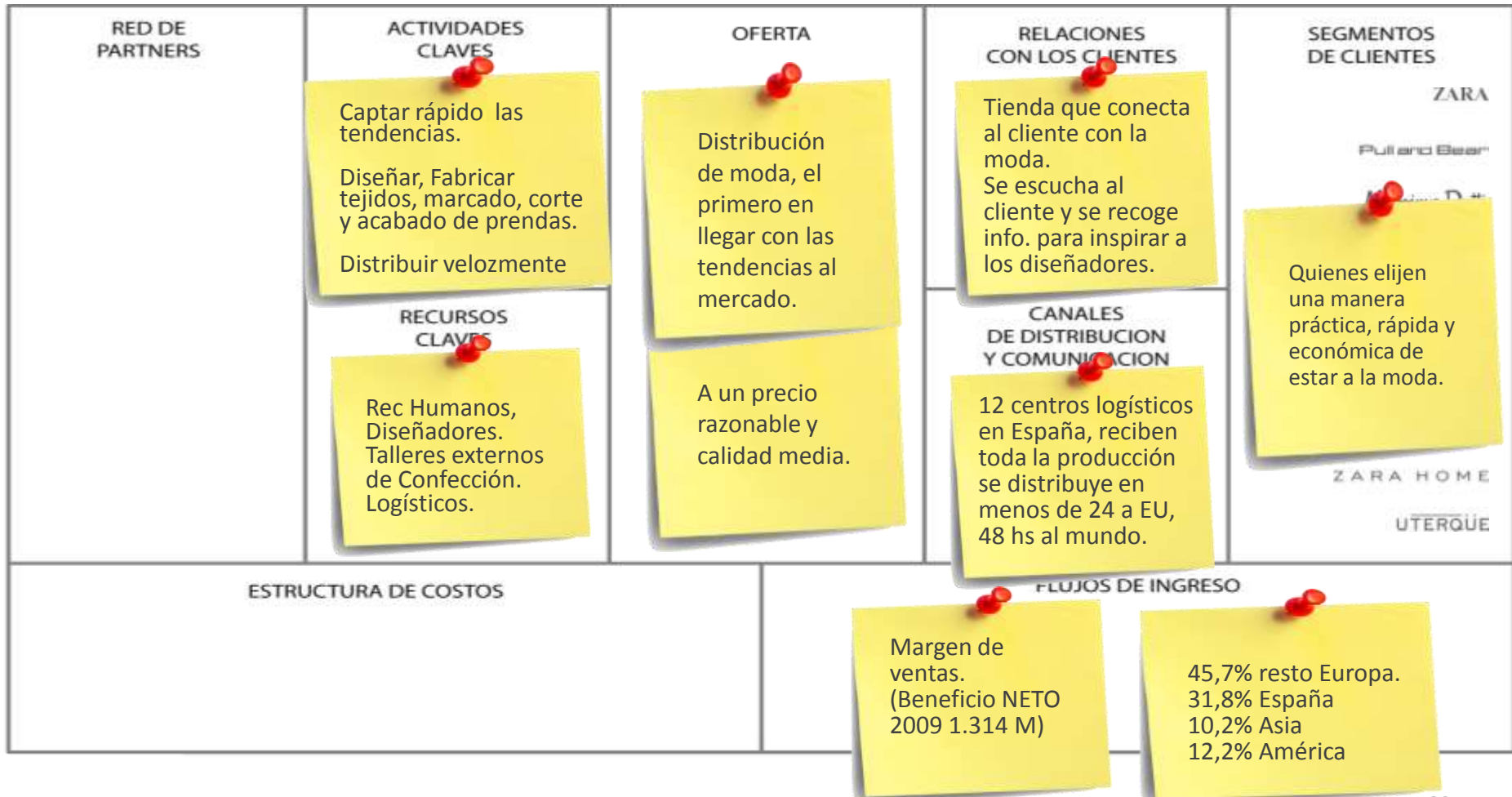
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



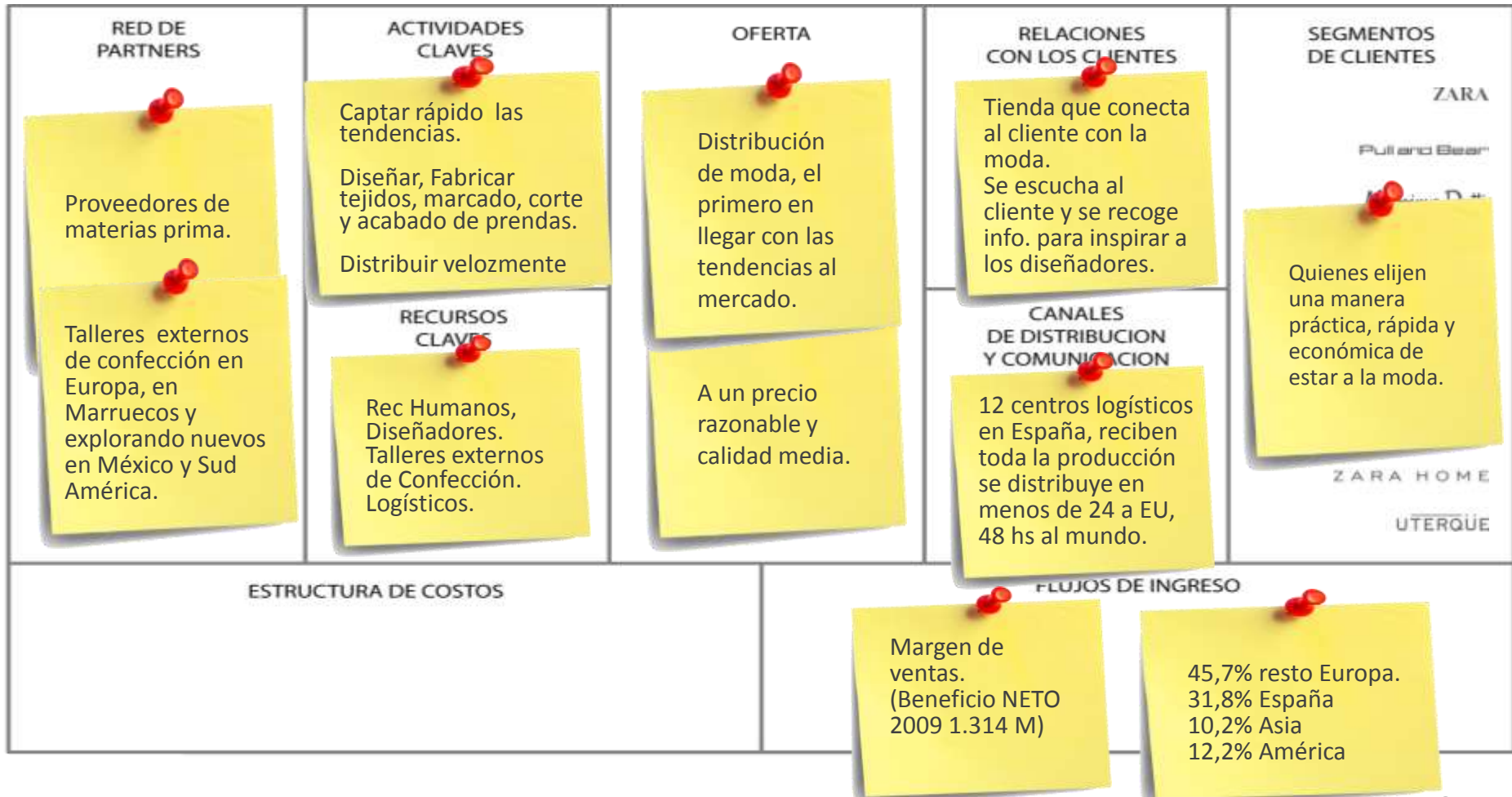
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



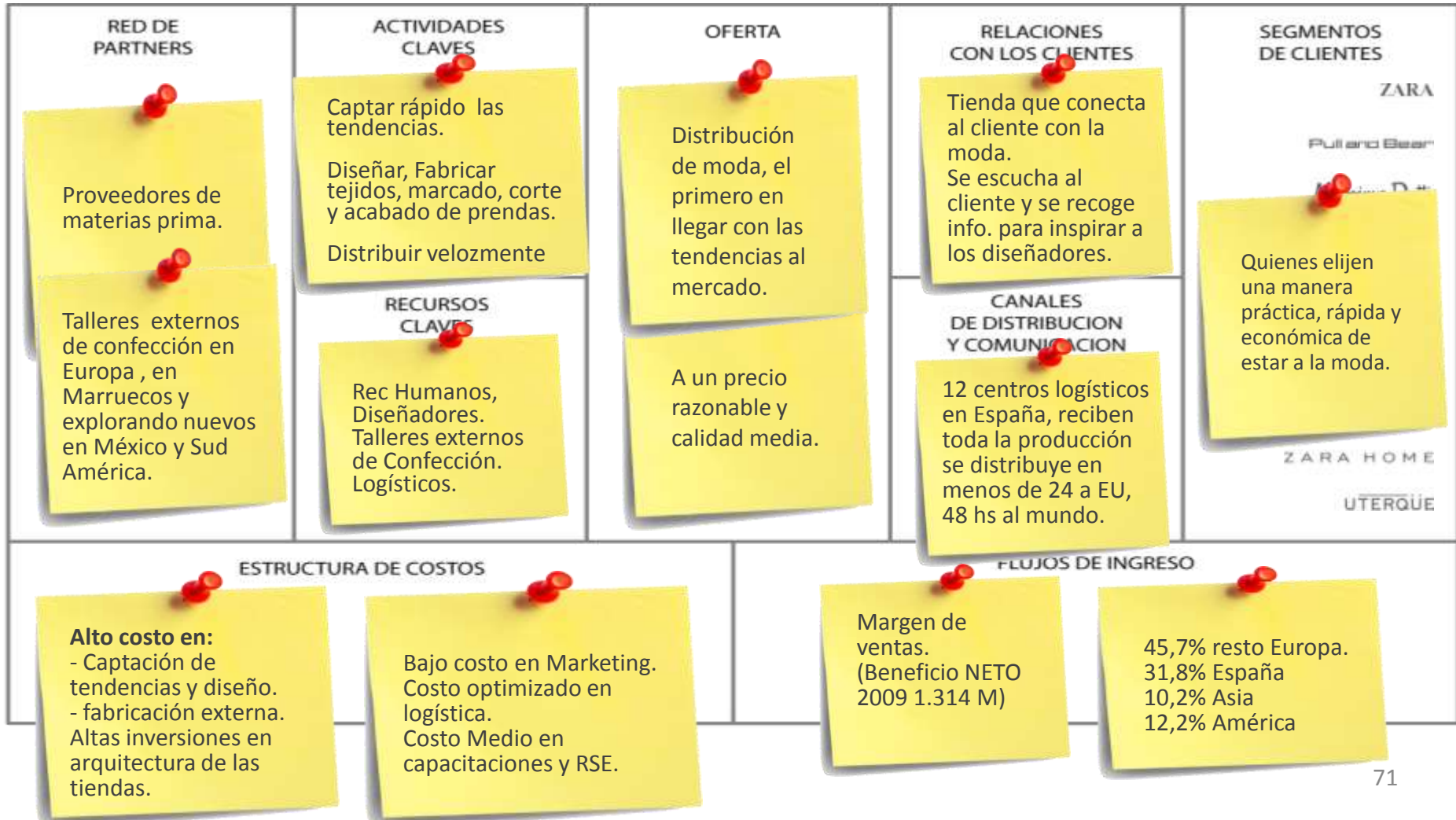
Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



Grupo INDITEX - Modelo de Negocio



Conclusiones

El Grupo Inditex, se consolida como unos de los modelos de negocios más innovadores en España, enfocados a partir de las necesidades del cliente y la oferta.

Ser el más veloz en captar tendencias, llevarlas al producto y distribuir moda es su principal ventaja competitiva.

FORMATO 1

Nombre del Negocio: _____

Nombre de la Empresa: _____

Idea del Negocio: _____

Descripción del Negocio