Nombre de la alumna:

Lorena Guadalupe García Vázquez

Nombre del profesor:

Prof. Magner Joel Herrera Ordoñez

Licenciatura:

9no. Cuatrimestre, Lic. En Enfermería, Escolarizado

Materia:

Taller del emprendedor

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual del tema:

"NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO"

Frontera Comalapa, Chiapas a 14 de Abril del 2020.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es

Una idea original

Debe tener → Cualidades de ser atractivas, duraderas

Para → Estar sustentadas en productos o servicios

Para → Crear o agregar valor a clientes dispuestos a pagar por ello

Debe → Tener fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Que se → Diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia

Dando a los → Compradores una razón para escoger ese producto

Según

Jeffry Timmons (1990)

Menciona → Que es un requisito para el éxito posterior

Pero → No asegura el éxito en el negocio

Ya que → Requiere una combinación de factores

Para → Que beneficien su desarrollo

Para desarrollar → Un buen modelo y plan de negocios

Mediante → Las ideas de alto valor

La desarrollan → Personas que no se dejan llevar por la rutina ni por la pereza mental

Dan → Solución práctica a problemas específicos

Hay que → Tomar en cuenta que no todos los beneficios son para el cliente

También → La empresa debe ganar en esa propuesta

Para ello → Debe haber un balance en el beneficio percibido por ambas partes del modelo

Puchol (2005)

Menciona → Que las oportunidades

Que → Se convertirán en ideas de negocio

Deben → Tener una de las siguientes categorías

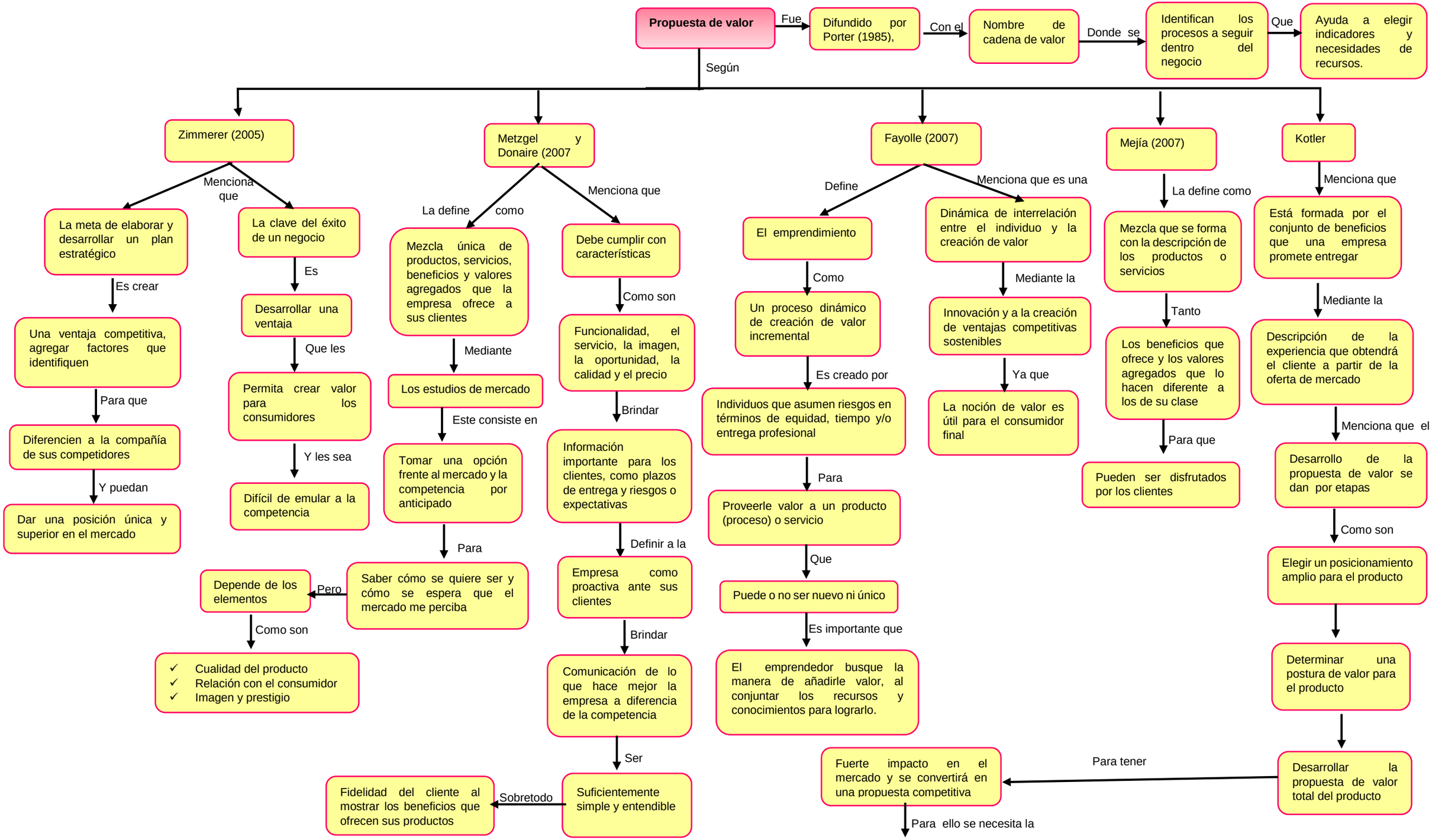
Con el fin de → Crear un proyecto emprendedor dinámico,

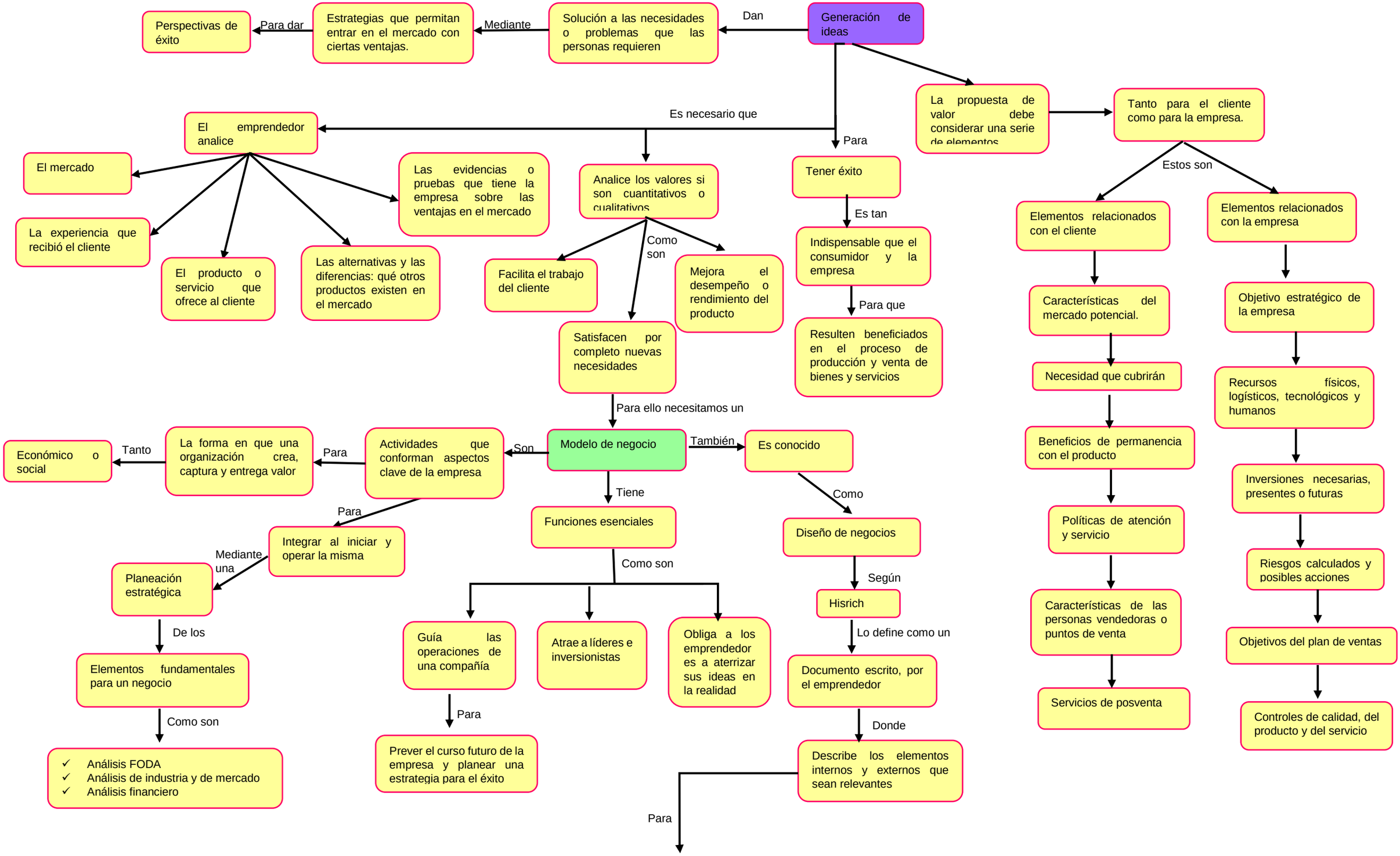
Con → Alto potencial de crecimiento económico

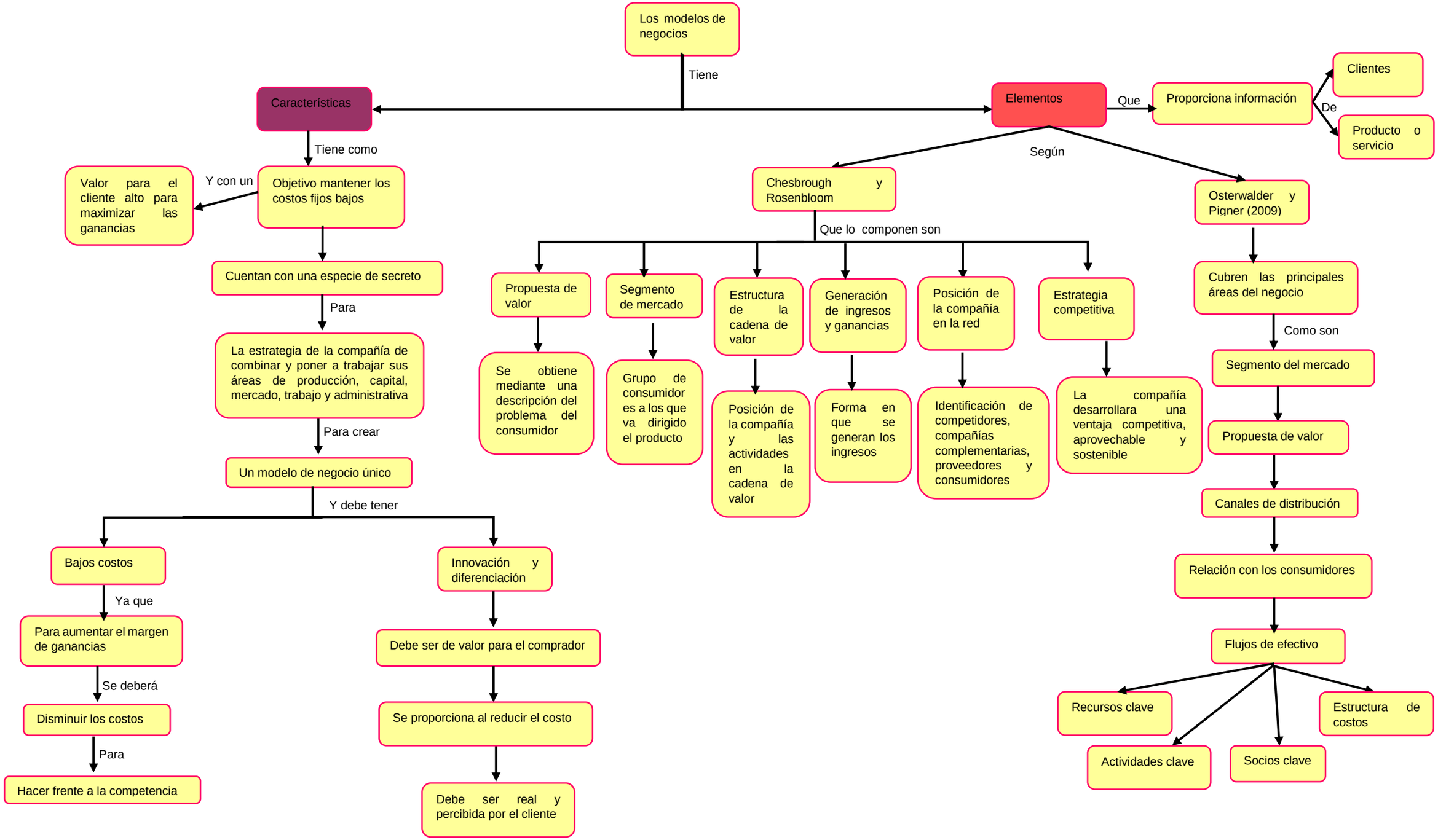
Mediante → La sustentabilidad y perdurabilidad.

Como son

- Demanda de un producto o servicio → En donde → Nadie ha atendido esta necesidad
- Posible fabricar un producto → Para → Ofrecer un servicio más barato y de mejor calidad
- Apreciado como de mayor valor por el cliente → Otorgando → Oportunidad para exportar el producto a otros países → Para → Ser producido y comercializado en ese lugar
- Un producto susceptible de ser mejorado → Con una → Posibilidad de reciclar materia prima o desperdicios → Y así poder → Sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas → Para tener → Mejor precio, calidad, disponibilidad y beneficio social


Propuesta de valor
Fue
Difundido por Porter (1985),
Con el
Nombre de cadena de valor
Donde se
Identifican los procesos a seguir dentro del negocio
Que
Ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.
Según
Zimmerer (2005)
Menciona que
La meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico
Es crear
Una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen
Para que
Diferencien a la compañía de sus competidores
Y puedan
Dar una posición única y superior en el mercado
La clave del éxito de un negocio
Es
Desarrollar una ventaja
Que les
Permita crear valor para los consumidores
Y les sea
Difícil de emular a la competencia
Metzgel y Donaire (2007
La define como
Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes
Mediante
Los estudios de mercado
Este consiste en
Tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado
Para
Saber cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba
Pero
Depende de los elementos
Como son
✓ Cualidad del producto
✓ Relación con el consumidor
✓ Imagen y prestigio
Menciona que
Debe cumplir con características
Como son
Funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio
Brindar
Información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas
Definir a la
Empresa como proactiva ante sus clientes
Brindar
Comunicación de lo que hace mejor la empresa a diferencia de la competencia
Ser
Suficientemente simple y entendible
Sobretodo
Fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos
Fayolle (2007)
Define
El emprendimiento
Como
Un proceso dinámico de creación de valor incremental
Es creado por
Individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional
Para
Proveerle valor a un producto (proceso) o servicio
Que
Puede o no ser nuevo ni único
Es importante que
El emprendedor busque la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos para lograrlo.
Menciona que es una
Dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor
Mediante la
Innovación y a la creación de ventajas competitivas sostenibles
Ya que
La noción de valor es útil para el consumidor final
Mejía (2007)
La define como
Mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios
Tanto
Los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase
Para que
Pueden ser disfrutados por los clientes
Kotler
Menciona que
Está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar
Mediante la
Descripción de la experiencia que obtendrá el cliente a partir de la oferta de mercado
Menciona que el
Desarrollo de la propuesta de valor se dan por etapas
Como son
Elegir un posicionamiento amplio para el producto
Determinar una postura de valor para el producto
Desarrollar la propuesta de valor total del producto
Para tener
Fuerte impacto en el mercado y se convertirá en una propuesta competitiva
Para ello se necesita la


Generación de ideas
Dan
Solución a las necesidades o problemas que las personas requieren
Mediante
Estrategias que permitan entrar en el mercado con ciertas ventajas.
Para dar
Perspectivas de éxito
Es necesario que
El emprendedor analice
El mercado
La experiencia que recibió el cliente
El producto o servicio que ofrece al cliente
Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado
Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado
Analice los valores si son cuantitativos o cualitativos
Como son
Facilita el trabajo del cliente
Satisfacen por completo nuevas necesidades
Mejora el desempeño o rendimiento del producto
Para
Tener éxito
Es tan
Indispensable que el consumidor y la empresa
Para que
Resulten beneficiados en el proceso de producción y venta de bienes y servicios
La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos
Tanto para el cliente como para la empresa.
Estos son
Elementos relacionados con el cliente
Características del mercado potencial.
Necesidad que cubrirán
Beneficios de permanencia con el producto
Políticas de atención y servicio
Características de las personas vendedoras o puntos de venta
Servicios de posventa
Elementos relacionados con la empresa
Objetivo estratégico de la empresa
Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos
Inversiones necesarias, presentes o futuras
Riesgos calculados y posibles acciones
Objetivos del plan de ventas
Controles de calidad, del producto y del servicio
Para ello necesitamos un
Modelo de negocio
Son
Actividades que conforman aspectos clave de la empresa
Para
La forma en que una organización crea, captura y entrega valor
Tanto
Económico o social
Para
Integrar al iniciar y operar la misma
Mediante una
Planeación estratégica
De los
Elementos fundamentales para un negocio
Como son
✓ Análisis FODA
✓ Análisis de industria y de mercado
✓ Análisis financiero
Tiene
Funciones esenciales
Como son
Guía las operaciones de una compañía
Para
Prever el curso futuro de la empresa y planear una estrategia para el éxito
Atrae a líderes e inversionistas
Obliga a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad
También
Es conocido
Como
Diseño de negocios
Según
Hisrich
Lo define como un
Documento escrito, por el emprendedor
Donde
Describe los elementos internos y externos que sean relevantes
Para


Los modelos de negocios
Tiene
Características
Tiene como
Objetivo mantener los costos fijos bajos
Y con un
Valor para el cliente alto para maximizar las ganancias
Cuentan con una especie de secreto
Para
La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa
Para crear
Un modelo de negocio único
Y debe tener
Bajos costos
Ya que
Para aumentar el margen de ganancias
Se deberá
Disminuir los costos
Para
Hacer frente a la competencia
Innovación y diferenciación
Debe ser de valor para el comprador
Se proporciona al reducir el costo
Debe ser real y percibida por el cliente
Elementos
Que
Proporciona información
De
Clientes
Producto o servicio
Según
Chesbrough y Rosenbloom
Que lo componen son
Propuesta de valor
Se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor
Segmento de mercado
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
Posición de la compañía en la red
Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores
Estrategia competitiva
La compañía desarrollara una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible
Osterwalder y Pigner (2009)
Cubren las principales áreas del negocio
Como son
Segmento del mercado
Propuesta de valor
Canales de distribución
Relación con los consumidores
Flujos de efectivo
Recursos clave
Actividades clave
Socios clave
Estructura de costos