

TALLER DEL EMPREENDEDOR

UDS.

UDS.

JULIO IVÁN JIMÉNEZ FONSECA
LIC. KARINA MARICRUZ PÉREZ

UNIDAD II

julio

Nacimiento de la idea de negocio

Idea original

Aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Timmons (1990): "Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio"

Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
- Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico
- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación.
- En un país se importa un producto extranjero, que podría ser producido y comercializado en ese lugar, con mejores atributos que el que se trae de fuera.

Propuesta de valor

Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Características

- Reflejar la funcionalidad
- Incluir información importante para los clientes
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
- Ser lo suficientemente simple y entendible
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Elementos

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

Generación de ideas

Ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Alex Osborn (2005) propone para generar ideas: ¿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 al cliente
- Las alternativas y las diferencias
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado

Modelo de negocio

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

Elementos de planeación

- Análisis FODA
- Análisis de la industria y del mercado
- - Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero.

Aspectos

- Seleccionar a sus clientes
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado

