

MATERIA: Taller del emprendedor

A ENTREGAR: Cuadro sinóptico de la segunda unidad de la antología proporcionada.

DOCENTE: Andrés Alejandro Reyes Molina.

MODALIDAD: Domingos.

CUATRIMESTRE: 9no cuatrimestre

ALUMNA: Lizbeth Gutiérrez lopez.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.

-Una idea original es un requisito para el éxito posterior

-Requiere una combinación de factores que beneficien su desarrollo

-Debe acompañarse de lo que se define como un buen modelo y plan de negocios

Según Puchol las oportunidades que se convertirán en alguna de las siguientes categorías

*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 o, en general, apreciado como de mayor valor por el cliente.

*Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.

*Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas, ya sea por precio, calidad, disponibilidad o beneficio social.

*En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar entre otras

los atributos de los productos y servicios que generan la propuesta de valor, están relacionados con la funcionalidad, la calidad, la oportunidad y el precio

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una de las vías para encontrar ideas y oportunidades es prestar atención a los cambios de todo tipo, tecnológicos, económicos, socioculturales, ambientales, etcétera.

Las ideas de alto valor suelen representar una solución práctica a problemas específicos

Quienes las desarrollan son personas que no se dejan llevar por la rutina ni por la pereza mental

Una vez que las empresas comprenden a sus clientes, pueden ser más inteligentes

Para entender la importancia que el concepto de propuesta de valor tiene en un negocio, Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico

Desde una perspectiva estratégica, la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única

La propuesta de valor es definida por Metzger y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes

Fayolle define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental.

No obstante, Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que —el emprendimiento se trata de crear valor .

Por otro lado, Metzger comenta que la mayoría no conocen o no tienen clara la propuesta de valor de la empresa.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), con el nombre de —cadena de valor .

- Kotler también menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas
- Entonces, la propuesta de valor es una oferta total de marca, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas

- las ideas tienen que ver con el producto
- En ocasiones el cambio está en el servicio
- Conseguir un financiamiento inicial ventajoso, contar con un conocimiento clave

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado

- El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.
- La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

es necesario construir la propuesta de valor, misma que puede iniciarse con la elección de alguna de las categorías propuestas por Kaplan y Norton (2004)

- Mejor compra o menor costo total
- Vanguardia en el desarrollo de productos
- Llave en mano : ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos .
- Cautiverio: busca acaparar a la mayor parte de compradores

En definitiva, para tener éxito es indispensable que ambos, el consumidor y la empresa.

- Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto
- Utilizar una tecnología existente para producir
- Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva
- Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente
- Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados

Los valores son cuantitativos o cualitativos y se miden con los siguientes

- Posee un mejor diseño en relación con otros similares o que cubren la misma necesidad
- Le da valor a la marca
- Se ofrecerá a un precio menor que el de los otros competidores etc.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Un modelo de negocio

- El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa
- podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma
- puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta

Para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo se encuentran

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

Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación

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