

Nombre del alumno:

Lorena Marisela Vázquez Gómez.

Nombre del profesor:

Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

Licenciatura:

Enfermería.

Materia:

Taller del emprendedor.

Nombre del trabajo:

Ensayo del tema:

“Nacimiento de la idea de un negocio”

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de junio del 2020

Nacimiento de la idea de un negocio.

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

Propuesta de valor

Definida por Metzgel y Donaire

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

La propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.

Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.

Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas

Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.

Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.

Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Generación de ideas

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 pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

El mercado

La experiencia que recibió

El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.

Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado

Las alternativas y las diferencias

Modelo de negocio

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

Existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio

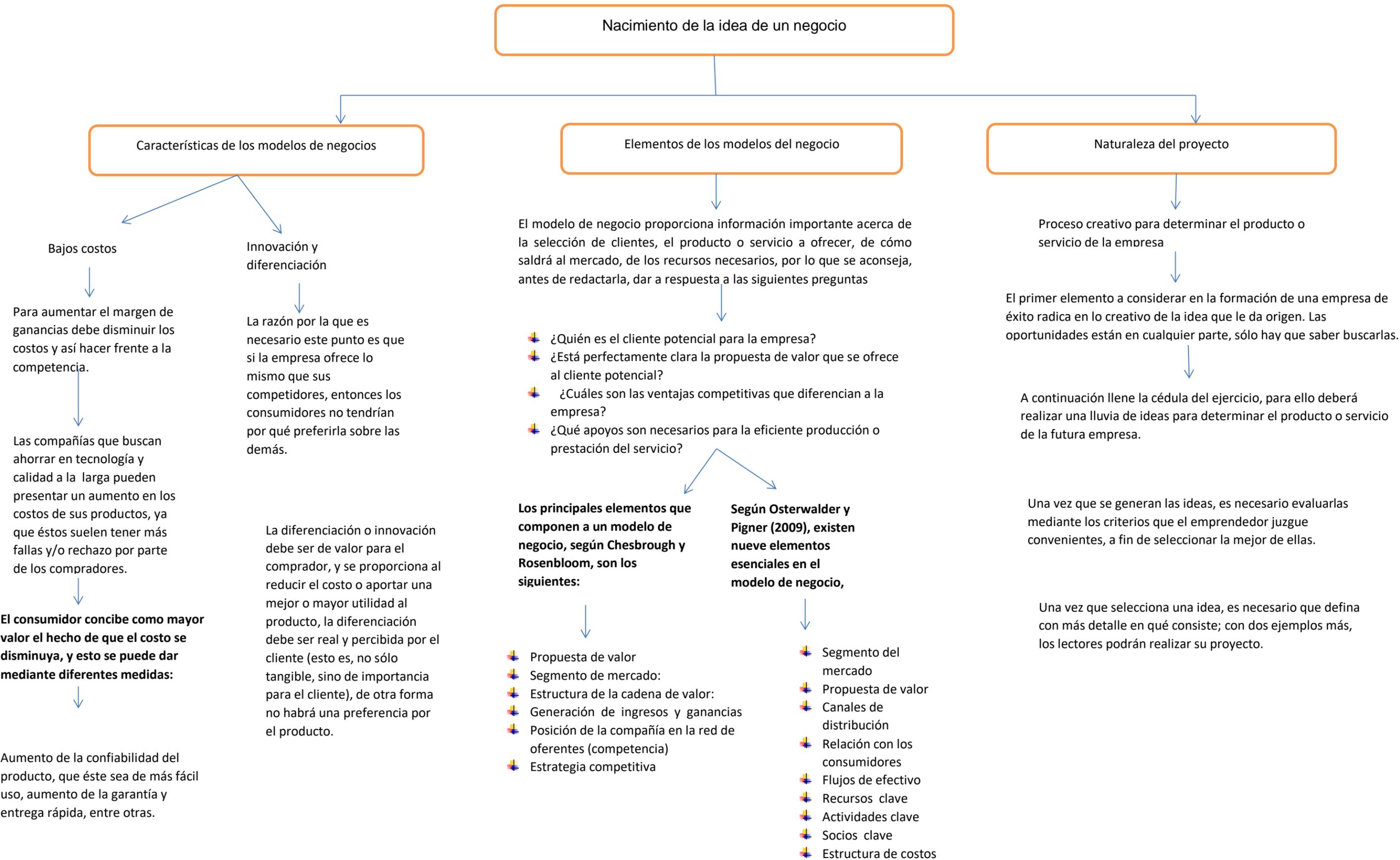
Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).

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.



Nacimiento de la idea de un negocio

Características de los modelos de negocios

Bajos costos

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas y/o rechazo por parte de los compradores.

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas:

Aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

Innovación y diferenciación

La razón por la que es necesario este punto es que si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás.

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

Elementos de los modelos del negocio

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes preguntas

- ✚ ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
- ✚ ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?
- ✚ ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?
- ✚ ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio?

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

- ✚ Propuesta de valor
- ✚ Segmento de mercado:
- ✚ Estructura de la cadena de valor:
- ✚ Generación de ingresos y ganancias
- ✚ Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)
- ✚ Estrategia competitiva

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio,

- ✚ 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

Naturaleza del proyecto

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

A continuación llene la cédula del ejercicio, para ello deberá realizar una lluvia de ideas para determinar el producto o servicio de la futura empresa.

Una vez que se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste; con dos ejemplos más, los lectores podrán realizar su proyecto.

Justificación de la empresa

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

El siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia;

Nombre de la empresa

- ❖ Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.
- Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado) y se puede constituir por cualquier signo o símbolo, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de una persona.
- Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.
- ❖
- ❖ • Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- ❖
- ❖ • Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos; por ejemplo, —Excellence|| o —Excelentia||, reflejan su significado: excelencia, lo cual se asocia con cosas muy bien hechas, con clase, etcétera.
- ❖
- ❖ • Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor, aun cuando en un principio pudiera parecer gracioso.

Análisis FODA

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

MISION Y VISION

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Ventajas competitivas; algunos ejemplos de ventajas competitivas pueden ser: un nuevo saborizante para dulces, un sistema innovador de calentamiento automático de bebidas (café, té, chocolate, etc.), un nuevo servicio de comunicación vía buzón de voz, etcétera.

Distingos competitivos. Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos