



Universidad Del Sureste

Lic. Administración y estrategias de negocio

Taller del Emprendedor

Alumno: Jonathan Galindo Alfaro

“Unidad II” Super Nota

Docente: Andrés Alejandro Reyes

11 de Junio del 2021 Comitán de Domínguez, Chiapas.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia



Las 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.



Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías

Según Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías:

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido bien.
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad.
- Un producto es susceptible de ser sustituido por otro con mejores atributos.
- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso.
- En un país existe un producto que en otro no es conocido.
- En un país se importa un producto, que podría ser producido y comercializado en ese lugar.
- El emprendedor o alguien cercano ha desarrollado un nuevo invento que puede negociarse
- 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.

Propuesta de valor



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 es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.



Definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Características de la propuesta de valor

- 1. Integrada en el modelo de negocio
- 2. Focalizada en lo que más preocupa al consumidor
- 3. Focalizada en los trabajos insatisfechos y dolores no resueltos y beneficios no obtenidos.
- 4. Centrarse en pocos T.D.B para hacerlo extremadamente bien.
- 5. Ir más allá de lo funcional. Dirigirse a lo emocional y social.
- 6. Alinearse con el modo con el que los consumidores miden el éxito.
- 7. Diferenciación respecto a la competencia en al menos una dimensión
- 8. Difícil de copiar



Elementos para generar una propuesta de valor

Elementos	Definición
Cualidades del producto	Se refiere a los beneficios que ofrece el producto: funcionalidad, calidad y precio de dicho producto, entre otras.
Relación con el consumidor	Es la respuesta de los clientes hacia el producto/servicio, es decir, cuán satisfecho queda el cliente y qué aceptación le da al producto; esto implica la percepción que el cliente tiene de su costo-beneficio.
Imagen y prestigio	Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa y le permiten a ésta definirse de manera positiva ante sus clientes.

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

Kotler menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas:



- Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida (por ejemplo, mayor calidad, más seguridad, más prestigio, menos costo). *“La mejor publicidad es la que muestra el valor del producto.”*
- Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos, menos por mucho menos, más por menos.
- Desarrollar la propuesta de valor por total del producto, es la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a usted?

Philip Kotler, padre del Marketing

Generación de ideas

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas:



¿Por qué es necesario el producto?
 ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?. etcétera.



La propuesta de valor debe de tener elementos muy importantes tanto para el cliente como para la empresa.

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
 - Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
 - Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.
 - Políticas de atención y servicio.
 - A qué precio se venderá, si es posible compararlo con la competencia.
 - Características de las personas vendedoras o puntos de venta, así como tipo de atención que se dará en el proceso de venta.
 - Canal o canales de distribución.
 - Servicios de posventa.

según Mariotti (2007), existen cinco elementos de entre los cuales un emprendedor puede elegir (uno o varios) y tomar en cuenta para concretar su propuesta de valor y asegurar su éxito:



1. Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto.
2. Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir.
3. Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva, esto aprovecha la confianza que los clientes ya han depositado en el producto anterior.
4. Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente, tanto económica como probablemente de mayor calidad.
5. Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía, así amplía el mercado y, por lo tanto, las ganancias del productor.

Modelo de negocio



Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

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.

Características de los modelos de negocios



El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

Características de Modelos de Negocios

Características de un modelo de negocio rentable:

- ❖ Ser considerado de **gran valor** para los usuarios y/o clientes.
- ❖ Modelo de negocio debe poder ser **utilizado masivamente**.
- ❖ Altamente **escalable**: el incremento de ingresos no debe implicar el mismo incremento en costos.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

Bajos costos
Innovación y diferenciación