



**Nombre de alumno: Firidiana Dominguez Godínez**

**Nombre del profesor: Ana Laura Culebro**

**Nombre del trabajo: Super nota**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: Noveno cuatrimestre**

**Grupo: "A"**



# Nacimiento de la idea de un negocio



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. **Zimmerer (2005)**

**Ronstadt (1984), Fayolle** define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental. Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio.



El término propuesta de valor, se define como una mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios, así como los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase y que pueden ser disfrutados por los clientes. **Mejía (2007)**



Kotler, más recientemente, señala que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta. Es una descripción de la experiencia que obtendrá el cliente a partir de la oferta de mercado de la compañía y de su relación con el proveedor de dicho bien o servicio (**Kotler, 2005**).

## 2.1 propuesta de trabajo



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



**Metzger (2007)** comenta que la mayoría de las personas no pueden explicar qué hace su empresa; es decir, no conocen o no tienen clara la propuesta de valor de la empresa.



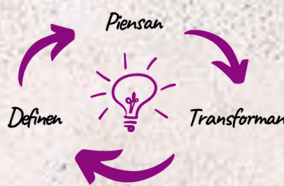
Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características :

- ⇒ Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- ⇒ Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- ⇒ 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.
- ⇒ 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.

## 2.2 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?



Kaplan y Norton (2004) tienen pasos para la elección

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

- El mercado- La experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio que ofrece al cliente
- Las alternativas y las diferencia
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

- ♦ Mejor compra o menor costo total
- ♦ Vanguardia en el desarrollo de productos
- ♦ Llave en mano
- ♦ Ofrecer mejor calidad
- ♦ Lujo y aspiración, también llamado más por más

# Nacimiento de la idea de un negocio

## 2.2 generación de ideas

La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos muy importantes tanto para el cliente como para la empresa. Elementos relacionados con el cliente:



- ♦ Características del mercado potencial.
- ♦ Necesidad que cubrirán. Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.

Elementos relacionados con el punto de vista de la

- Objetivo estratégico de la empresa
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Inversiones necesarias, presentes o futuras.

En consideración de lo anterior, 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
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.

## 2.3 modelos de negocios

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.



El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo entre los más

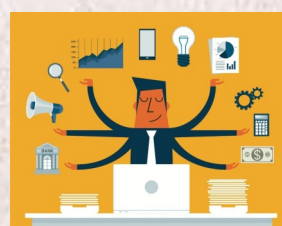
- ⇒ Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- ⇒ Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- ⇒ Análisis técnico operativo.
- ⇒ Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- ⇒ Análisis financiero.

Ramírez cita a Rappa (2005), quien señala que el modelo de negocio es el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico.

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).

### Definiciones de autores



El término fue empleado por primera vez en 1954, por Peter Drucker y su primera aparición en un artículo académico fue en 1957, por parte de Bellman, así como en el título de un artículo en 1960 por Jones



Chesbrough y Rosenbloom (2001) definen el modelo de negocio de una forma más detallada pues para ellos es necesario, después de tener una idea de valor e identificar el segmento de mercado, poner atención en los costos y en las estrategias a utilizar.

Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades

# Nacimiento de la idea de un negocio

## 2.7 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.

### Ejemplos

#### Justificación de la empresa Postres Mexicanos.

##### Arroz con leche

El producto elaborado con ingredientes naturales satisface las tendencias actuales que existen en el mercado hacia lo saludable y lo nutritivo. A su vez, proporciona al consumidor la opción de adquirir un postre que por costumbre ha degustado, pero que hasta el momento se ha visto en la necesidad de elaborar o bien de adquirir en restaurantes.

#### Justificación de la empresa República.

##### Publicidad por internet

Ante esta nueva y creciente necesidad de las empresas por presentar sus servicios y/o productos en el nuevo comercio virtual, República les brinda la posibilidad de mantener contacto directo y en línea con sus clientes en sus distintos sitios publicitarios, que a su vez proporcionan información a los clientes sobre los productos y servicios de la compañía. También se ofrecen herramientas que facilitan el intercambio de documentos por Internet, que son más rápidos y eficientes que el correo electrónico. En resumen, República ayuda a sus clientes a mantenerse lo más cerca posible de sus respectivos clientes, tanto externos como internos.