UDS
PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de alumno: Aranza Fernández Monjaras

Nombre del profesor: Jorge Enrique Albores

Nombre del trabajo: Mapa conceptual II
Unidad "Nacimiento de la idea de negocio"

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9°

Grupo: "C"

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de junio de 2021.

UNIDAD II

2.0 NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

UNA

IDEA ORIGINAL

TIENE
- la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento
- ES LA
- idea que diferenciará al producto
- CON
- elementos similares a la competencia
- LO QUE
- dará a los compradores una razón para elegir ese producto y no otro

CUALIDADES

- Atractivas
- Duraderas
- Sustentadas EN
- productos o servicios
- QUE
- Crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello

JEFFRY TIMMONS (1990)

MENCIONA
- IDEA ORIGINAL
- Requisito para el éxito posterior
- PERO
- No asegura el éxito en el negocio
- UNA
- Idea original
- SE
- acompaña de un buen
- plan de negocios
- modelo

CATEGORÍAS DE LAS OPORTUNIDADES CONVERTIDAS EN IDEAS DE NEGOCIOS

SEGÚN
- PUCHOL (2005)
- HAY
- -Demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho esta necesidad
- ES
- -Posible fabricar un producto u ofrecer un servicio mas barato o de mejor calidad que los existentes
- EXISTE
- -Un producto de un país que no es conocido y sería buena oportunidad exportar
- POSIBILIDAD
- -De reciclar materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria

VÍAS PARA ENCONTRAR LAS OPORTUNIDADES

- Prestar atención a los cambios de todo tipo
- Tecnologías
- Socioculturales
- Ambientales
- Económicos

2.1 PROPUESTA DE VALOR

DEFINIDA POR

METZGEL Y DONAIRE (2007)

COMO
- Mezla única de
- Valores agregados
- Productos
- Servicios
- Beneficios
- QUE LA
- empresa ofrece a sus clientes

FAYOLLE (2007)

DEFINIDE
- PROPUESTA DE VALOR
- COMO
- Emprendimiento se trata de crear valor

CARACTERÍSTICAS

- REFLEJAR
  - Funcionalidad
  - Servicio
  - Imagen
  - Oportunidad
  - Precio
  - Calidad
- INCLUIR INFORMACIÓN IMPORTANTE PARA LOS CLIENTES
  - Plazos de entrega
  - Expectativas
  - Riesgos
- Conocer y reflejar las características viables o no
- Comunicar lo que hace mejor la empresa y diferencia de la competencia
- Ser simple y entendible
- Fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrece
- SUS
  - Productos
  - Servicios
- ¿Por qué debería comprarle a usted?
- La empresa debe ser capaz de responder al consumidor

ELEMENTOS

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

PORTER (1985)

DEFINIDE
- PROPUESTA DE VALOR
- CON EL NOMBRE
- "CADENA DE VALOR"
- IDENTIFICA
- Los procesos a seguir dentro del negocio
- AYUDA A
- Elegir
  - Indicadores
  - Necesidades
- de recursos

KOTLER

MENCIONA
- Etapas para el desarrollo de la propuesta de valor
  - Elegir un pocisionamiento amplio para el producto como punto de partida
    - Más prestigio
    - Más seguridad
    - Mayor calidad
    - Menos costo
  - Determinar una postura de valor para el producto
    - Más por más
    - Más por lo mismo
    - Lo mismo por menos
    - Menos por mucho menos
    - Más por menos
  - Desarrollar la propuesta de valor total del producto
    - EN LA QUE
    - Se debe responder al cliente
    - ¿Por qué debo comprarle a usted?

2.2 GENERACIÓN DE IDEAS

LAS

IDEAS

- Tiene que ver con el producto
- AUNQUE
- no siempre
- A VECES
- el producto es el mismo y lo que varía es el precio

ALEX OSBORN

PROPONE
- Formas de iniciar la generación de propuestas de valor
- PARA
- generar ideas y propone preguntas
  - ¿Cuándo debería hacerse?
  - ¿Por qué es necesario el producto?
  - ¿Económico?
  - ¿Mejorado?
  - ¿Cómo se hace?
  - ¿Combinado?
  - ¿Dónde puede hacerse?
  - ¿Modificado?
  - ¿Debe ser algo nuevo?

EL EMPRENDEDOR REQUIERE ANALIZAR CON CUIDADO

- Mercado
- Alternativas y diferencias
- Experiencia que recicbió el cliente
- Producto o servicio que ofrece al cliente
- Evidencias o pruebas que tiene la empresa

MARIOTTI (2007)

MENCIONA
- 5 Elementos para concretar la propuesta d evalor y asegurar el éxito
  - Utilizar nueva tecnología para un nuevo producto
  - Uso de tecnología existente para producir un nuevo bien
  - QUE
  - cubra una necesidad que los ya existentes no pueden cubrir
  - Usar tecnología ya existente para crear un producto viejo de forma nueva
  - Encontrar una nueva fuente de recursos que brinden al producto capacidad para ser más eficiente
  - Identificar como se lleva el producto al mercado enlo que no se distribuía
  - SE
  - amplía el mercado y ganancias

RESPUESTA A LAS PREGUNTAS

- ¿Por qué compra mi cliente?
- ¿Qué lo hace ser fiel a una marca?
- ¿Qué es para mi cliente?
- ¿Qué espera mi cliente?
- ¿Cómo ve mi cliente a mi empresa?
- ¿Cómo le gusta ser tratado a mi cliente?

VALORES CUALI Y CUANTITATIVOS

SE
- Mide con los parámetros
  - Facilita el trabajo del cliente
  - Valor a la marca
  - Ayuda al consumidor a reducir otros costos
  - Mejor diseño
  - Menores precios
  - Reduce algún tipo de resigo para el consumidor
  - Más facil de usar
  - Satisfacción de nuevas necesidades
  - ¿Mejora el desempeño del producto o servicio?
  - ¿El producto o servicio se adapta a las neecsidades del consumidor?

CATEGORÍAS PROPUESTAS POR KAPLAN Y NORTON (2004)

- Mejor compra o menos costo total
- Vanguardia en el desarrollo de productos
- Crear la necesidad de tenerlo
- Ofrecer lo mismo por lo menos
- Llave en mano
- Menos por mucho menos
- Cautiverio
- Lujo y aspiración
- Ofrecer mejor calidad
- Dar más por el dinero

ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE EN LA PROPUESTA DE VALOR

- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia
- Canal o canales de distribución
- Necesidad que cubrirán
- Servicio de posventa
- Políticas de atención y servicio
- Características del mercado potencial
- Precio al que se venderá

CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS VENDEDORAS

- Atención en el proceso de venta

ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA

- OBJETIVO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
  - Rentabilidad
  - Altruismo
  - Altos ingresos
  - Crecimiento
  - Posicionamiento
- CÓMO LOGRARÁ LA EMPRESA SER PERCIBIDA POR EL CLINETE APROPIADAMENTE
- SISTEMAS DE INFORMACIÓN INTERNOS, NECESARIOS PARA UN BUEN CONTROL
- RECURSOS
  - Logísticos
  - Tecnológicos
  - Humanos
  - Físicos
- RIESGOS CALCULADOS Y POSIBLES ACCIONES
  - CONTROLES DE CALIDAD DEL PRODUCTO Y SERVICIO A OFRECER
- INVERSIONES NECESARIAS PRESENTES O FUTURAS
- OBJETIVOS DE PLAN DE VENTAS
  - Precio
  - Ventajas esperadas
  - Estrategias de introducción al mercado

2.3 MODELO DE NEGOCIO

CONOCIDO

DISEÑO DE NEGOCIOS

DESCRIBE
- Forma que una organización
  - Crea
  - Captura
- Entrega valor
  - Económico
  - Social
- CONFORMA
- Aspectos claves de la empresa
  - Propósito de la misma
  - Esquema de funcionamiento
  - Infraestructura
  - Estrategias
  - Bienes que ofrece
  - Obtención de recursos
  - Relación con clientes
  - Estructura organizacional
  - Políticas
  - Operaciones
- EL

DISEÑO DE NEGOCIOS

- ES
- Diagrama de los componentes clave de la empresa
- A
- Integrar, iniciar y operar la misma

ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE PLAMEACIÓN ESTRATÉGICA PARA UN NEGOCIO Y FACILITAR EL DESARROLLO DEL MODELO

- Análisis FODA
- Análisis de ls industria y mercado
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- Análisis funcionario
- Análisis Técnico-Operativo

IMPORTANCIA DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA EL EMPRENDEDOR

- LA
- Planeación se aplica al inicio de las operaciones de la empresa
- DETERMINA
- El éxito o el fracaso
- EL
- MODELO DE NEGOCIO
- ES LA
- Forma en que se llevará a acabo una actividad de servicios o manufactura
- PARA QUE
- Sea rentable y se obtengan beneficios económicos

RAMIREZ CITA A RAPPA (2005)

- MODELO DE NEGOCIO
- Mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico
- UNA
- Representación clara y concreta de como una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes
- IMPLICA
  - Concepto de estrategia
  - Implementación u operación

MODELOS DE NEGOCIOS COMPRENDEN ASPECTOS

- Salir al mercado
  - Distribución
  - Estrategia
  - Logística
  - Canales
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado que satisfaga a clientes internos y externos
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo
- Selección a sus clientes
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio
- Crear valor para sus clientes
- Conseguir y conservar clientes

PETER DRUCKER (1954)

DEFINIDE
- MODELO DE NEGOCIO por primera vez
- OSTERWALDER, PIGNEUR Y TUCCI
- DEFINIDEN
- Herramienta conceptual
- Diagrama que los llevará a la ejecución del proyecto

ZIMMERER (2005)

- ES
- Equivalente al esquema de un plan de negocios
- EL
- Modelo sirve al emprendedor como un mapa en el camino
- PARA
- Construir un negocio exitoso
- DESCRIBE
- La dirección que tomará la compañía
  - Como llegará
  - Hacia donde quiere ir
  - Metas

FUNCIONES ESCENCIALES

- Guía las operaciones de una compañía al preveer futuro de la empresa
- AYUDA A
- Planear una estrategia para el éxito
- Atraer líderes e inversionistas
- Obliga a los emprendedores a aterrizar ideas en la realidad

2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

OBJETIVO

- Mantener los costos fijos bajos
- Valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

ESTRATEGIAS DE LA COMPAÑÍA

- Combinar y poner a trabajar sus áreas
- DE
- Capital
- Producción
- Mercado
- Trabajo
- Administrativa
  - Un modelo de negocio único
  - DETERMINAN
  - Ventajas competitivas (secreto del modelo)

2.4.1 BAJOS COSTOS

- SI
- La compañía tiene los mismo costos que sus competidores
- Las mismas ganancias
- PARA
- Aumentar el margen de ganacias debe disminuir los costos

MEDIDAS PARA MANETENR COSTOS BAJOS

- Buen control
- Ser el número uno
- Materias primas superiores
- Tecnología con alto control de calidad
- Esquema administrativo modesto
- Aumento de la garantía
- Entrega rápida
- Confiabilidad del producto

2.4.2 INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

- LA
- Empresa debe hacer algo diferente a ssu competidores
- EN
- Todas
- LAS
- Actividades y costos en el proceso
- DE
  - Producción
  - Manejo de materia prima
  - Adquisición

CARACTERÍSTICAS PARA UN NEGOCIO EXITOSO

- Uso de recursos como capital y trabajo
- Uso de tecnologías apropiadas
- Producción local

BIBLIOGRAFÍA

taller del emprendedotr.pdf