



Nombre de la alumna: Laura Guadalupe Álvarez Gómez

Nombre del profesor (a): Juan Manuel Jaime

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9° cuatrimestre

Grupo: “A”

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- 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
- 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

- Propuesta de valor

Conceptos importantes de las propuesta de valor que tiene 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

- Metzgel Donaire (2007)

- Describen como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes

- Fayolle (2007)

- Contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que “el emprendimiento se trata de crear valor”

- 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

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- Generación de ideas

- 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 realimentación directa y verídica.
- 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.
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

- propuestas por Kaplan y Norton (2004)

- Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio.
- Vanguardia en el desarrollo de productos: colocar como productos líderes a los más novedosos.
- Llave en mano: ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos de un segmento de población.
- Cautiverio: busca acaparar a la mayor parte de compradores para dejar sin clientes potenciales a los competidores.

- Modelo negocio

de

- Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social
- Un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma
- Una estructura que será ciertamente útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- Modelo negocio

de

- 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.

- Importancia del modelo de negocio

- Por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso

- Los modelos de negocios comprenden los siguientes aspectos

- 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.

- Características de los modelo de negocio

- Un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.
- El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- Características de los modelo de negocio

- Bajos costos

- Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

- Innovación diferenciación

- La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado

- Elementos de los modelo de negocio

- Propuesta de valor

- Esta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor

- Segmento de mercado

- Es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades

- Estructura de la cadena de valor

- Posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena

- Generación de ingresos y ganancias

- Forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- 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.

- 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

- 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; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

- Nombre de la empresa

- Es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas.

- Descripción de la empresa

- Comercial
- Industrial
- Servicios

Bibliografía:

UDS. Antología de taller del emprendedor. Unidad II. Utilizada el 12 de junio. PDF