



Nombre de alumno: Keila Elizabeth Velasco Briceño

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico unidad 2

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9 cuatrimestre

Grupo: B

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1 Propuesta de valor

➤ Que es la propuesta de valor

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

➤ Características de una propuesta de valor

Elementos a considerar

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

- ❖ 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, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
- ❖ Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

➤ Etapas según Kotler

1. Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida
2. 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
3. desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a

2.2 Generación de ideas

➤ Puntos importantes de análisis para el emprendedor

- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio
- Las alternativas y diferencias
- Las evidencias o pruebas.

➤ Elección de categorías según Kaplan y Norton (2004)

- Mejor compra o menor costo total
- Vanguardia en el desarrollo de productos
- Llave en mano
- Cautiverio

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.2 Generación de ideas

➤ Elementos relacionados con el cliente

- Características del mercado potencial y 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. Y servicios de postventa
- Características de las personas vendedoras o puntos de venta y canales de distribución

➤ Elementos relacionados con la empresa

- ✚ 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.
- ✚ Riesgos calculados y posibles acciones.
- ✚ Objetivos del plan de ventas y Sistemas de información internos, necesarios para un buen control.
- ✚ Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

2.3 Modelo de negocio

➤ Que es

Es el que describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social

➤ Elementos fundamentales

- ✚ 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.

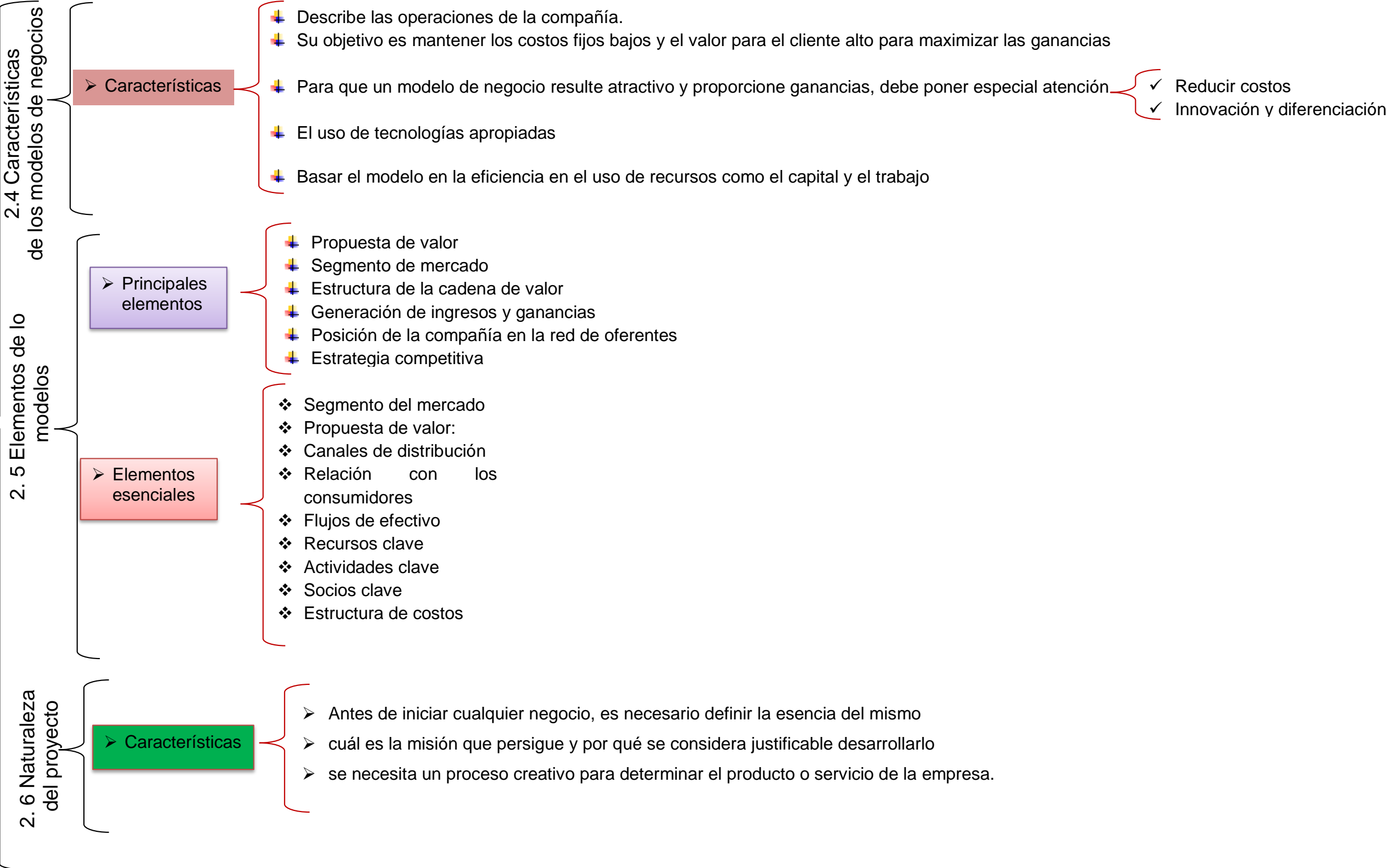
➤ Elementos que comprenden

- ✓ Seleccionar a sus clientes.
- ✓ Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- ✓ Crear valor para sus clientes.
- ✓ Conseguir y conservar a los clientes. Y Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- ✓ Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo. Y Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- ✓ Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

➤ Funciones esenciales

1. Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
2. Atrae a líderes e inversionistas.
3. Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.7 Justificación de la empresa

➤ Características

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.

2.8 Propuesta de valor

➤ Nombre de la empresa

Debe ser:

- ✓ Descriptivo
- ✓ Original
- ✓ Atractivo
- ✓ Claro y simple
- ✓ Significativo y agradable

➤ Tipo de empresa

1. Comercial: Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
2. Industrial: Cualquier empresa de producción
3. Servicios: Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

➤ Ubicación de la empresa

- La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta
- El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno

2.9 Análisis FODA

➤ Que es un FODA

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, se denomina así por sus iniciales Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

➤ Misión de la empresa

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades

- ❖ Atención (orientación al cliente).
- ❖ Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- ❖ Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- ❖ Innovación y/o distingos competitivos

- ❖ Motivadora
- ❖ Amplia
- ❖ Congruente

➤ Visión de la empresa

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo

- ❖ Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- ❖ Clara y entendible.
- ❖ Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- ❖ Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- ❖ Alineada con la misión y los valores de la empresa.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.9 Análisis FODA

➤ Objetivos

Son los puntos intermedios de la misión.

- Asignación de recursos (qué).
- Asignación de actividades (cómo).
- Asignación de responsables (quién).
- Asignación de tiempos (cuándo).

- ❖ Ser alcanzables en el plazo fijado.
- ❖ Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- ❖ Ser medibles (cuantificables).
- ❖ Ser claros y entendibles.

- ❖ Objetivos a corto plazo.
- ❖ Objetivos a mediano plazo
- ❖ Objetivos a largo plazo.

Fuente de información

- ❖ UDS. Antología Taller del emprendedor. Unidad 2. Recuperado el 12 de junio del 2022.PDF