



**NOMBRE DEL ALUMNO:**

Estrella Libertad Coronel Hernández

**NOMBRE DEL PROFESOR:**

Mireya del Carmen García

**MATERIA:**

Taller del emprendedor

**GRADO:**

9° cuatrimestre

**GRUPO:**

“A”

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 30 de mayo de 2022

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.



## \*Propuesta de valor:

"Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes" (Metzger - Donaire, 2007)

"El emprendimiento se trata de crear valor"(Fayolle,2007)

Metzger 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. La mejor manera para comenzar a alinear a los empleados y a la dirección, es entender el beneficio que la empresa trata de entregar a sus clientes.

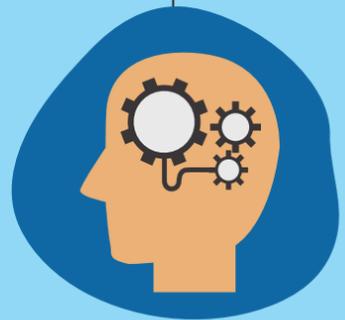
## Elementos

Por tal motivo, la propuesta de valor cumplirá con:



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

## Características



- 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.
- 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.

## \*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 construirse, mediante la elección de:

## Categorías Kaplan y Norton



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

## Opciones



1. Ofrecer mejor calidad
2. Dar más por el dinero
3. Lujo y aspiración, también llamado "más por más"
4. Crear la necesidad de tenerlo
5. Ofrecer lo mismo por menos
6. Menos por mucho menos

La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos muy importantes:

### Cliente



### Empresa



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

- 1. Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos, etcétera).
- 2. Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- 3. Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- 4. Inversiones necesarias, presentes o futuras.
- 5. Riesgos calculados y posibles acciones.
- 6. Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.
- 7. Sistemas de información internos, necesarios para un buen control.
- 8. Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

## \*Modelo de negocio:

“El mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico” Es una representación clara y concreta de cómo una empresa espera ofrecer una propuesta de valor a sus clientes, lo cual implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación u operación.

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
- 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.

Un modelo de negocio tiene tres 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.

## \*Características de los modelos de negocios :

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

### Bajos costos:

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son:

- ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.



El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

# Innovación y diferenciación:

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente. La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente.

## \*Elementos de los modelos de negocios:

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado y de los recursos necesarios,

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

Propuesta de valor	Estructura de la cadena de valor
Segmento de mercado	Generación de ingresos y ganancias
Estrategia competitiva	Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)

## \*Naturaleza del proyecto:

A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

### Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

1. Lluvias de ideas
2. Evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.
3. Definir idea
4. La idea seleccionada debe describirse lo más explícitamente posible.

## \*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:

Redactar la propuesta de valor; 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:

El 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. El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas:

1. Descriptivo
2. Original.
3. Atractivo.
4. Claro y simple.
5. Significativo.
6. Agradable.

### Descripción de la empresa:

Tipo de empresa  
Ubicación y tamaño de la empresa



# \*Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa:

## FODA

- fortalezas: todo lo que se tiene y que coloca al proyecto por encima de otros similares.
- Debilidades: todas las áreas de oportunidad para mejorar y/o complementar
- Oportunidades: todos aquellos aspectos favorables para la empresa y
- Amenazas: las que atentan o pudieran actuar contra el desarrollo de la empresa.

## MISIÓN

- Amplia
- Motivadora
- Congruente

## VISIÓN

- Clara y entendible
- Motivadora
- Realista
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.

## OBJETIVOS

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma. Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).



## VENTAJAS COMPETITIVAS

- Ventajas competitivas. Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado
- Distingos competitivos. Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los presenta