



**Nombre de alumnos:** Anallely Álvarez Aguilar

**Nombre del profesor:** Mireya del Carmen García

**Nombre del trabajo:** Súper Nota

**Materia:** Taller del emprendedor

**Grado:** 9º No. Cuatrimestre

**Grupo:** "B"

Comitán de Domínguez Chiapas de 23 de mayo del 2022

## Unidad II. Nacimiento de la idea de negocio

Surge de las ideas para buscar soluciones a problemas. Las ideas de alto valor suelen representar una solución práctica a problemas específicos, y quienes las desarrollan son personas que no se dejan llevar por la rutina ni por la pereza mental. Las ideas originales 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.

### 2.1 Propuesta de valor

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. La propuesta de valor se refiere a que la empresa ofrezca sus productos que brinde un beneficio, que el cliente quede satisfecho en el costo y beneficio. Además de que el producto deberá de tener su propia imagen y prestigio, ya que es uno de los factores que más atrae al cliente hacia la empresa.

### 2.2 Generación de ideas

Para generar las ideas se utilizan las preguntas en relación a lo que se quiere ejemplo: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? Etc. Se trata de tener una estrategia que permita al producto entrar al mercado con ventajas que le brinden perspectivas de éxito. Las estrategias consisten en que el producto tenga una mejor calidad, un menor costo, buena calidad y servicio. Colocar al producto como el más novedoso, ofrecer la soluciones a necesidades o gustos específicos, crear la necesidad de tenerlo, ofrecer lo mismo por menos, dar más por el dinero etc.



### 2.5 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 como saldrá al mercado, de ellos recursos necesarios, por lo que se aconseja las siguientes preguntas: ¿Quién es el cliente potencial para la empresa? ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa? ¿con que recursos se cuenta y cuales son necesario conseguir? ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?

### 2.6 Naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuales son los objetivos de crearlo, cual es la misión que persigue y porque se considera justificable desarrollarlo. 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, solo hay que saber buscarlas.

### 2.7 Justificación de la empresa

Se debe justificar la importancia de la idea, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

### 2.3 Modelo de negocio

La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso. El diseño de negocios describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. Un modelo de negocio tiene 3 funciones esenciales: \*Guía las operaciones de una compañía al prever recursos futuros de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito \*Atrae a líderes e inversionistas \*obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad

### 2.4.2 Innovación y 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. 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

### 2.9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, ejemplo: \*atención \*alta calidad en sus productos y/o servicios \*mantener una filosofía de mantenimiento continuo La visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

### 2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

La propuesta de valor es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciara un producto de elementos similares a los de la competencia. 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. La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a esta.



### 2.4.1 Bajos costos

Cuando las compañías todas tienen el mismo costo, así todas obtendrán las mismas ganancias. Para aumentar el margen de ganancias deben disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. 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.



### 2.4 Características de los modelos de negocios

El modelo de negocios 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. Con el objetivo de mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para así maximizar las ganancias. Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención.

## Bibliografía

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advertieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.