



NOMBRE DEL ALUMNO: Briceidi Pérez Pérez

TEMA: Nacimiento de la idea de negocio

PARCIAL: I

MATERIA: Taller del emprendedor

NOMBRE DEL PROFESOR: Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA: En Enfermería

CUATRIMESTRE: 9°

Frontera Comalapa, Chiapas a 14 DE JUNIO del 2022.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Propuesta de valor

Ligada a:

La innovación y a la creación de ventajas competitivas sostenibles

Definido por

Metzgel y Donaire (2007)

Como

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

Definido por

- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente
- Las alternativas y diferencias
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado

Sus elementos

Cualidades del producto
*Relacion con el consumidor
* Imagen y prestigio

Sus etapas

- Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida (por ejemplo, mayor calidad, más seguridad, más prestigio, menos costo).
- 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.
- Y por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a usted?

¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

Generación de ideas

Se debe analizar

es necesario construir la propuesta de valor, misma que puede iniciarse con la elección de alguna de las categorías propuestas por Kaplan y Norton (2004)

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

- Ofrecer mejor calidad
- Dar más por el dinero
- Lujo y aspiración, también llamado "más por más"
- Crear la necesidad de tenerlo
- Ofrecer lo mismo por menos
- Menos por mucho menos

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Modelo de negocio

CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIO

DESCRIBE

SUS FUNCIONES

La forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social

- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro 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.

Bajos costos

Innovación y diferenciación

ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- Análisis FODA
- Análisis de la industria y del mercado
- Análisis técnico-operativo
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- Análisis financiero

SE CONSIDERA QUE

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

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

ASPECTOS A VALORAR

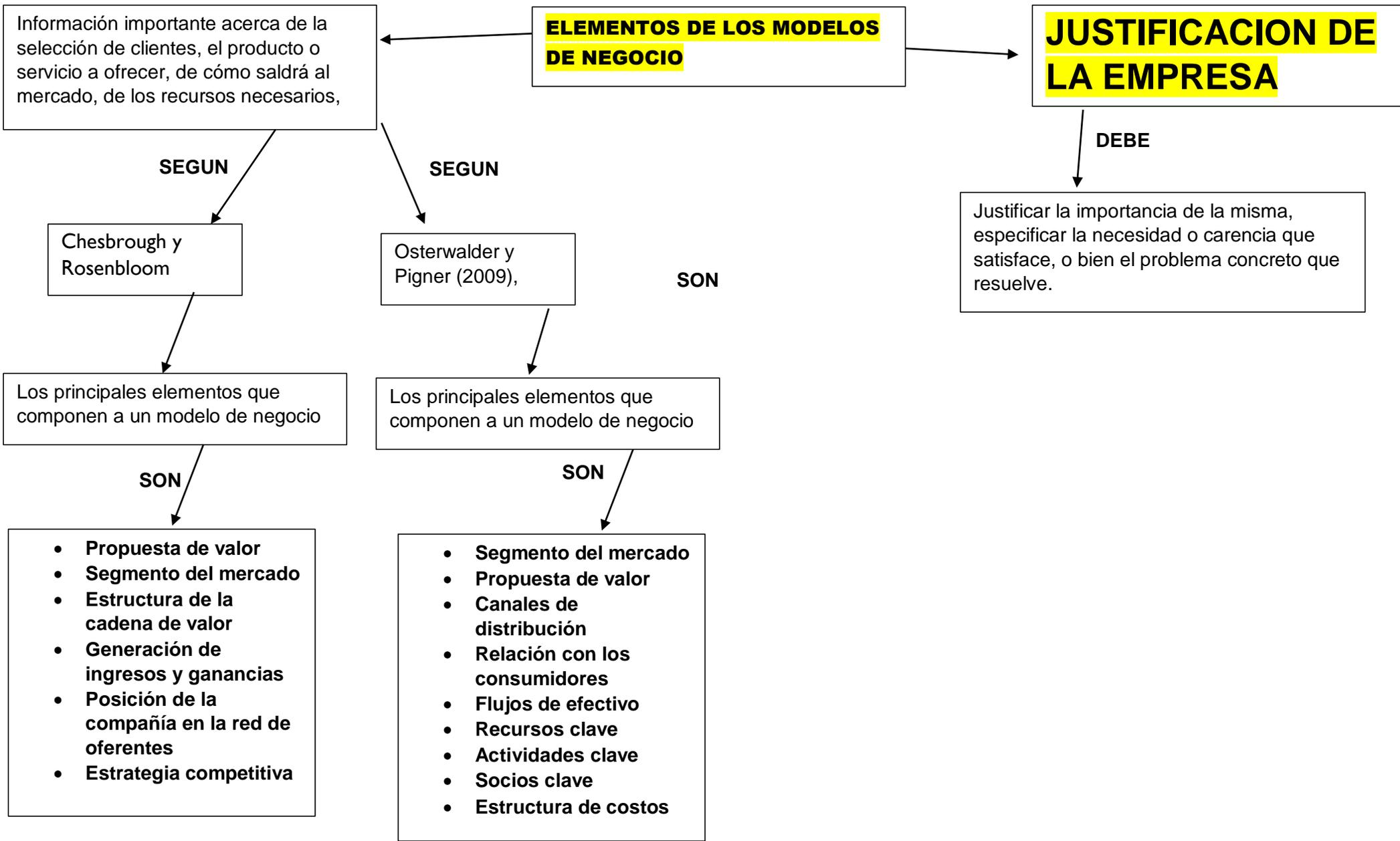
- Seleccionar a sus clientes
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes
- Salir al mercado
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.

MEDIDAS A TOMAR

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

Debe de tomar en cuenta

- El uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales



**NOMBRE DE LA EMPRESA,
ANALISIS FODA, MISION Y
VISION**

Nombre de la empresa

SU

Carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas

DEBE SER

FODA

ES

Una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

DEMONINADO ASI POR SUS INICIALES

- F= ORTALEZAS
- O=PORTUNIDADES
- D=EBILIDADES
- A=MENAZAS

MISION

ES

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

REQUISITOS/BASE

- AMPLIA
- MOTIVADORA
- CONGRUENTE

PREGUNTAS BASICAS

- ¿¡QUE?
- ¿QUIEN?
- ¿COMO?

VISION

ES

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

DEBE SER

- Motivadora
- Clara y entendible.
 - Factible o alcanzable
 - Realista.
 - Alineada

PREGUNTAS BASICAS

- ¿Cómo será?
- ¿Cómo quiero?
- ¿Qué ofrece?
- ¿Hasta dónde?
- ¿Cuáles?

Nombre de la empresa

- **DESCRIPTIVO**
- **ORIGINAL**
- **ATRACTIVO**
- **CLARO Y SIMPLE**
- **SIGNIFICATIVO**
- **AGRADABLE**

TIPOS DE EMPRESAS

- **COMERCIAL**
- **INDUSTRIAL**
- **SERVICIOS**

TAMAÑO DE LA EMPRESA DETERMINADO POR

De acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno; por ejemplo, en México, la Secretaría de Economía