



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

NOMBRE DEL ALUMNO: Yoana Itzel Gutiérrez Álvarez

TEMA: Nacimiento de la idea de negocio.

PARCIAL: N° 2

MATERIA: Taller del emprendedor

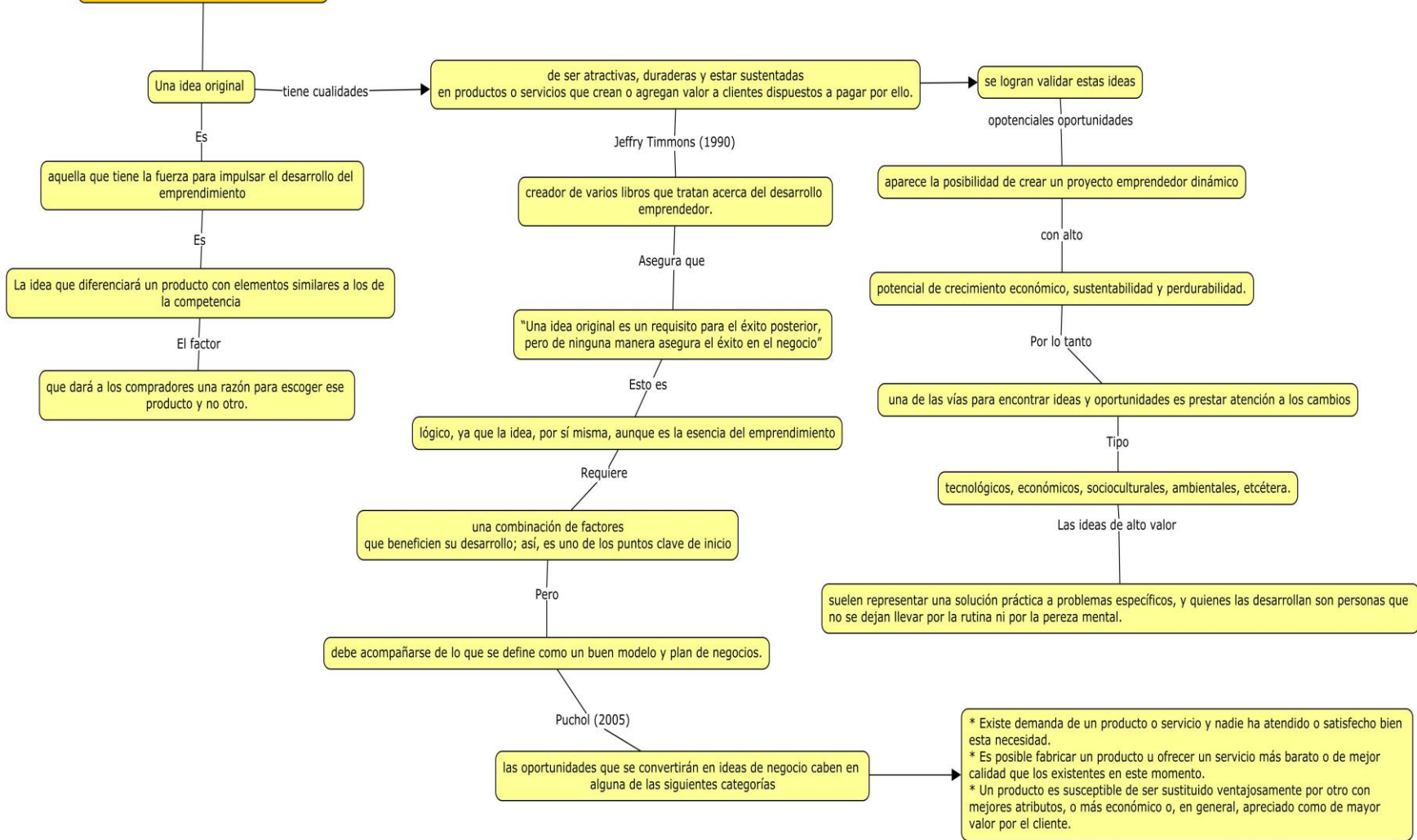
NOMBRE DEL PROFESOR: Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA: Enfermería

CUATRIMESTRE: 9° Cuatrimestre

FECHA: 11/06/2022

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



2.1 PROPUESTA DE VALOR.

Para entender

la importancia que el concepto de propuesta de valor tiene en un negocio.

La propuesta de valor

Zimmerer (2005)

Definida por Metzger y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes

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

Ademas

comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado

le den una posición única y superior en el mercado. Desde una perspectiva estratégica,

La clave

Definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba (en términos del producto, de la empresa y de su modelo de negocio en general)

del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

Fayolle (2007)

Bruyat (1993)

contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que "el emprendimiento se trata de crear valor".

señala que se da una dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor.

Ronstadt (1984)

Metzger (2007)

, Fayolle define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental.

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.

Este valor

Mejía (2007)

es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio

el término "propuesta de valor", se acuña a partir de estudios sobre estrategia empresarial y se define como una mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios

El producto o servicio

(Kotler, 2005)

por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

Kotler, más recientemente, señala que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta.

2.2 GENERACION DE IDEA

En toda

hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria

y

Aun que

que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Aunque no siempre, las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio

Alex Osborn (2005)

Por ejemplo

propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse

las tiendas que venden todos los productos a 10 pesos), otras veces el cambio está en dar una utilidad posterior al envase, en ocasiones el cambio está en el servicio (

y

La clave

Definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba (en términos del producto, de la empresa y de su modelo de negocio en general

del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

Kaplan y Norton (2004)

Bruyat (1993)

construir la propuesta de valor, misma que puede iniciarse con la elección de alguna de las categorías propuestas

señala que se da una dinámica de interrelación entre el individuo y la creación de valor.

Ronstadt (1984)

segun Mariotti (2007)

- 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.

existen cinco elementos de entre los cuales un emprendedor puede elegir (uno o varios) y tomar en cuenta para concretar su propuesta de valor y asegurar su éxito