



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del alumno: Jacqueline  
Domínguez Arellano**

**Nombre del profesor: Dra. Hernández  
López Gladis Adilene**

**Nombre del trabajo: súper nota  
“NACIMIENTO DE LA IDEA DE  
NEGOCIO”**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: taller del emprendedor**

**Grado: 7 ° “A”**

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de marzo de 2023

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, 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. 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.

1.



2.

## PROPUESTA DE VALOR

Considerar para generar una propuesta de valor.

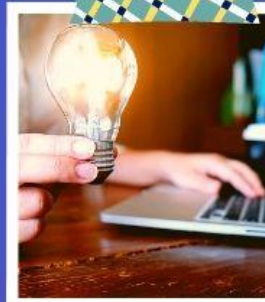
Elementos	Definición
el producto	Se refiere a los beneficios que ofrece el producto, precio de dicho producto, entre otras.
el consumidor	Es la respuesta de los clientes hacia el producto/s, ¿satisfecho queda el cliente y qué aceptación le da la percepción que el cliente tiene de su costo-beneficio?
el prestigio	Son los factores que atraen a un cliente hacia una empresa, ésta define de manera positiva ante sus clientes.

- 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.

## MODELO DE NEGOCIO

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

3.



4.

## CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS



Tal como hemos señalado, un modelo de negocio 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. El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

5.

## BAJOS COSTOS

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.



6.

## 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.



# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 1. 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, de los recursos necesarios. Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom:



2.

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



## 3. 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.



4.

## PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia



## 5. NOMBRE DE LA EMPRESA

- Descriptivo
- Original
- Atractivo
- Claro y simple
- Significativo
- Agradable



6.

## DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

TIPO DE EMPRESA

- El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal.
- Comercial.
  - Industrial.
  - Servicios.





# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 1. UBICACIÓN Y TAMAÑO 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.

Clasificación de empresas por tamaño.

Sector	Tamaño de la empresa	Núm. de empleados
Industria	Micro	1-30
	Pequeña	31-300
	Mediana	301-500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1-5
	Pequeña	6-20
	Mediana	21-300
	Grande	Más de 300
Servicios	Micro	1-20
	Pequeña	21-50
	Mediana	51-100
	Grande	Más de 100



2.

## MISIÓN 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 reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad:

- Amplia
- Motivadora
- Congruente

## 3. VISIÓN DE LA EMPRESA

es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.



4.

## OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión).

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



5.

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).



6.

## VENTAJAS COMPETITIVAS

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido.

- Ventajas competitivas
- Distingos competitivos



## Bibliografía

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

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.