



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Hogla Rubí Sangeado Domínguez

Nombre del tema: Nacimiento De La Idea De Negocio

Parcial: II Parcial

Nombre de la Materia: Taller Del Emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez Gonzales

Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería

Cuatrimestre: 9 Cuatrimestre

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

IDEA

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.

OPORTUNIDADES

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación

PROPUESTA DE VALOR

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

Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que “el emprendimiento se trata de crear valor”.

CARACTERÍSTICAS PROPUESTA DE VALOR

- 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.

ELEMENTOS PARA GENERAR UNA PROPUESTA DE VALOR

- Cualidades del producto.
- Relación con el consumidor.
- Imagen y Prestigio.

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.

A veces ni siquiera es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto o servicio, simplemente se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito.

IMPORTANTE ANALIZAR

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

ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán.
- Beneficios de pertenencia con el producto.
- Políticas de atención servicio.

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.

ASPECTOS QUE COMPRENDE

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar sus clientes.

FUNCIONES ESCENCIALES

- 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.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

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.

OBJETIVO

El objetivo es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

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.

MEDIDAS

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.

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.

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 NEGOCIO

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.

PRINCIPALES ELEMENTOS

- Propuesta de valor.
- Segmento de mercado.
- Estructura de la cadena de valor.
- Generación de ingresos y ganancias.
- Estrategia competitiva.
- Posición de la compañía en la red.

NATURALEZA DEL PROYECTO

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

PROCESO CREATIVO

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, sólo hay que saber buscarlas.

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.

ANÁLISIS FODA

El análisis 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.

MISIÓN DE LA EMPRESA

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo. Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente.

REQUISITOS

- Amplia.
- Motivadora.
- Congruente.

VISIÓN DE LA EMPRESA

La 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.

DEBE SER

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.

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.

REFERENCIAS:

Obtenido de:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/2a3ec0d92d611894ec3a58758e9691bf.pdf>