



Mi Universidad

ENSAYO

Nombre del Alumno: Julissa Cárdenas Rodas

Nombre del tema: Nacimiento de la idea de un negocio

Parcial: 2do parcial

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Ing. Eduardo Arreola

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 9no

INTRODUCCIÓN

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, sostenibles respaldadas por productos o servicios que crean valor agregado para los clientes dispuestos a pagar por ello.

- Hay una demanda de un producto o servicio y nadie ha respondido bien o satisfecho.
- Es que es posible hacer un producto o servicio más barato o mejor que el disponible actualmente.
- Es probable que un producto sea ventajosamente sustituido por otro con mejores atributos, o menos costoso o, en general, apreciado como más valioso por el cliente.

DESARROLLO

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren. Ahora bien, si además de una fuerte ventaja competitiva se reúnen otras de tipo estratégico, como pudiera ser la de disponer de un local en una zona clave, conseguir un financiamiento inicial ventajoso, contar con un conocimiento clave del cliente y un excelente plan de negocios, las posibilidades de salir adelante con éxito son bastantes elevadas.

- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.

- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Elementos relacionados con el cliente

- Características del mercado potencial.

- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.

- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.

-Políticas de atención y servicio.

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa

- Objetivo estratégico de la empresa.
- Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer.

Los valores son cuantitativos o cualitativos y se miden con los siguientes parámetros

- Facilita el trabajo del cliente en algún aspecto.
- Le da valor a la marca.
- Se ofrecerá a un precio menor que el de los otros competidores.
- Es más fácil de usar que otros productos que cubren la misma necesidad.
- Algunas propuestas de valor satisfacen por completo nuevas necesidades que los consumidores no percibían antes, debido a la falta de una oferta similar.

Un modelo de negocio 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. Según lo expuesto, un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.

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. Un modelo de negocio es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos. Ramírez cita a Rappa, quien señala que el modelo de negocio es «el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico».

Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación

- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Salir al mercado.

- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

El diseño del modelo de negocio que se seleccione no es definitivo, sino que debe evolucionar ante el entorno cambiante, lo que generará variaciones en el futuro de los modelos generados en el presente. Magretta propone que un nuevo modelo de negocio debe enfocarse en diseñar su producto/servicio para una necesidad conocida, a través de un proceso innovador, o incluso basado en una mejor manera para hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente.

Podemos definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar. Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente. Por lo general son soluciones innovadoras, que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas. Estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.

Puede incluir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor, entre otras. Asimismo, que otras formas de generación de ingresos puede tener la empresa, adicionales a la simple venta del producto. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos. Los costos pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios clave.

Los costos deben minimizarse en cualquier modelo de negocio, ya sea bajando costos u ofreciendo una propuesta de alto valor que aprecie el cliente.

Visión de la empresa

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda el emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

No olvide poner especial cuidado en el potencial de crecimiento que se espera con este proyecto de empresa.

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad .

- Asignación de recursos.

- Asignación de actividades .

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.

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. Lo anterior fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que se deben establecer de forma correcta y concreta esos elementos de éxito. Si se cumple con esto, los productos y/o servicios de la empresa poseerán ciertas características particulares, distintivas, que los diferenciarán de otros similares, presentes en el mercado. Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado.

Por ejemplo, una empresa cuyo producto se encuentra en la industria del vestido, deberá obtener información sobre el crecimiento en ventas de esta industria en los últimos cinco años y determinar la proyección de desarrollo para los próximos dos, cuando menos, basados en los datos obtenidos. Asimismo, deberá ubicar los principales riesgos y oportunidades que esta industria ofrece, de acuerdo con las características de su medio actual y futuro. Es muy importante justificar la información y proyecciones que se presenten, citar las fuentes de donde fue obtenida la información. Un elemento más a resaltar en este punto es la importancia que la industria posee a niveles nacional, regional y local ya que, en gran medida, las proyecciones realizadas se reflejarán en este aspecto particular.

Es muy importante que antes de iniciar cualquier proyecto, cuente con la capacitación y experiencia necesarias para visualizar, de manera real, las ventajas y problemas que se pudieran presentar, por lo que básicamente esta sección intenta justificar los elementos que califican al desarrollador del proyecto para llevarlo a cabo.

CONCLUSIÓN

Una idea de negocio puede ser la clave de un gran proyecto de emprendimiento siempre y cuando esa idea logre evolucionar a un modelo de negocio. Todos los grandes proyectos comenzaron siendo una idea que pudo llevarse a cabo y que fue evolucionando hasta hacerse algo real. Tener una buena idea de negocio es el primer escalón que todo emprendedor pisa en su camino al éxito.

BIBLIOGRAFÍA

ANTOLOGÍA UDS

UNIDAD II