



Nombre del Alumno: Sandra Amairani López Espinosa

Nombre del tema: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Luz Elena Cervantes Monroy

Nombre de la Licenciatura: Nutrición

Cuatrimestre: 9



NACIMIENTO "DE LA IDEA DE NEGOCIO".



2.1. Propuesta de valor.



Es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

La propuesta de valor debe cumplir con:

- Reflejar la funcionalidad
- Incluir información importante para los clientes
- Conocer y reflejar las características
- Comunicar lo que hace mejor la empresa
- Ser lo suficientemente simple y entendible
- Buscar la fidelidad del cliente.



2.2. Generación de ideas.

El emprendedor requiere, analizar con cuidado:

- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio que ofrece al cliente
- Las alternativas y las diferencias.



Alex Osborn (2005) propone estas preguntas para generar ideas:

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

Debe:

- Ofrecer mejor calidad
- Dar más por el dinero
- Crear la necesidad de tenerlo



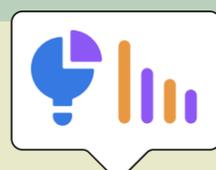
2.3 Modelo de negocio

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

Abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes etc.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como:

- Análisis FODA
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis financiero.



Los modelos de negocio comprenden:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Definir los procesos clave etc.



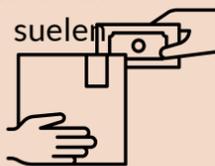
2.4 Características de los modelos de negocios

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. La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.



2.4.1 Bajos costos

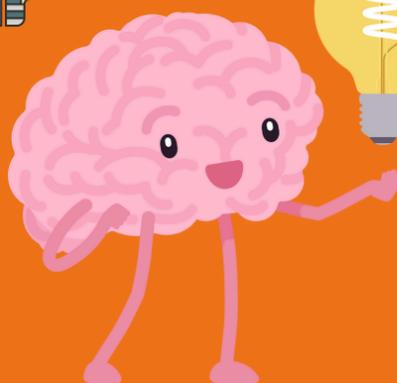
Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas por parte de los compradores.



2.4.2 Innovación y diferenciación

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor. El valor que la compañía obtiene de su diferenciación con otras depende también del precio y margen de 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





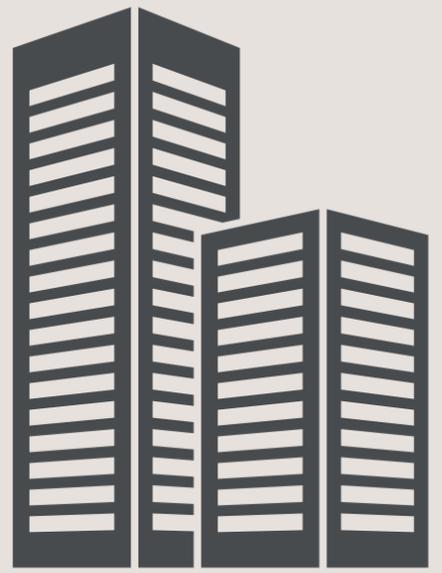
NACIMIENTO "DE LA IDEA DE NEGOCIO".



2.5 Elementos de los modelos de negocios 🍏

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son:

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancias
- Competencia
- Estrategia competitiva



2.6 Naturaleza del proyecto

A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

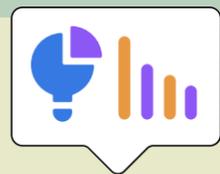


El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.



2.7 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.



2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

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; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.



Nombre de la empresa:

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

Descripción de la empresa

- En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar:
- Comercial.
- Industrial.
- Servicios.



2.9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, se trata de analizar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de una empresa.

FODA	
Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Lo que hace bien la empresa. • Cualidades que diferencian de la competencia. • Recursos y elementos internos como la experiencia. • Bienes tangibles como propiedades, inversiones o tecnologías. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos que la empresa conoce. • Aspectos que la competencia hace mejor. • Recursos limitados. • Propuesta de venta poco clara.
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Mercados desatendidos. • Pocos competidores en la industria o área. • Necesidad inmediata por los servicios o productos. • Cobertura de los medios de comunicación. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores. • Cambios fiscales, ambientales o legales. • Mala cobertura de los medios de comunicación. • Cambios de actitud de los clientes hacia la marca.



Fuentes de consulta:

- Universidad del Sureste. (2024). Libro de Taller del emprendedor. Recuperado el 15/06/2024, de plataformaeducativauds.com.mx Sitio web:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/fc2573471c1c6f86286f3ffcbdcecfad-LC-LNU905%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>