



Nombre del Alumno: Abigail Villafranca Aguilar.

Nombre del tema: Nacimiento de la idea de negocio.

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime.

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9

Nacimiento de la idea de negocio

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.

Puchol (2005)

Las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes

- 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 es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico o, en general, apreciado como de mayor valor por el cliente.
- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación.
- En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.
- Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.

Propuesta de valor

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

Debe cumplir con las siguientes características:

- 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.

2.1 Propuesta de valor

Una propuesta de valor depende de los siguientes elementos

Cualidades del producto

Se refiere a los beneficios que ofrece el producto, funcionalidad, calidad y precio de dicho producto.

Relación con el consumidor

Es la respuesta de los clientes hacia el producto o servicio.

Imagen y prestigio

Son los factores que atraen a un cliente hacia un empresa y le permiten a esta definirse de manera positiva ante sus clientes.

2.2 Generación de ideas

Puntos importantes a analizar del emprendedor.

- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio
- Las alternativas y las diferencias
- Las evidencias y las pruebas

Elementos relacionados con el cliente.

- Características del mercado principal
- Políticas de atención y servicio
- Canal o canales de distribución
- Servicios de postventa
- Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa

- Objetivo estratégico de la empresa
- Como logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.

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 contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.

La misión debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionalidad

- Amplia
- Motivadora
- congrente

Visión de una 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. Entonces la visión es la acción de ver al futuro, la mayoría de las nuevas empresas utilizan lapsos de entre 5 y 10 años de tiempo para alcanzar su visión.

Valores

Los valores de una empresa complementan la misión y visión. Son los principios sobre los que se fundamentan las acciones y decisiones de una empresa. Definen cuáles son las pautas sobre las que se trabaja e influyen de forma directa al desarrollo de la empresa, la dinámica de trabajo, al servicio al cliente, al prestigio de la marca y la conciencia social o medioambiental de la empresa.

2.2 Generación de ideas

¿Qué es?

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

Elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio que facilitan el desarrollo del modelo

- Análisis FODA
- Análisis de la industria y del mercado
- Análisis técnico-operativo
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- Análisis financiero

2.3 Modelo de negocio

Guía las operaciones de una compañía

El prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.

Las tres funciones esenciales de un modelo de negocios

Atrae a líderes e inversionistas

Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad

2.4 Características de los modelos de negocios

Para que un modelo
de negocios resulte
atractivo y
proporcione
ganancias debemos
tomar en cuenta

Bajos costos

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

Bajos costos

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.

2.5 Elementos de los modelos de negocios

9 elementos esenciales en el modelo de negocio según Osterwalder y Pigneur

1.- Segmento del mercado

Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo

2.- propuesta de valor

Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.

3.- canales de distribución

Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

4.- relación con los consumidores

La empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.

5.- flujos de efectivo

es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento

6.- Recursos clave

bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.

7.- Actividades clave

describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio

8.- Socio clave

red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo

9.- Estructura de costos

Incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en

2.6 Naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio

Es necesario definir cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

Proceso creativo

Para determinar el producto o servicio de la empresa.

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.

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.

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

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas.

El nombre de la empresa debe ser

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

Tipo de empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal.

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

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

2.9 Análisis FODA

¿Qué es?

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.

Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo —internoll, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse)

Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

Objetivos

<file:///C:/Users/abyva/Downloads/Unidad%20%20Taller%20del%20emprendedor.pdf>