



Mi Universidad

CUADRO SINÓPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: ROBLERO CONTRERAS SITLALY ESTEFANIA

TEMA: NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

PARCIAL: I

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL PROFESOR: ING. LEPE ARRIAGA ICEL BERNARDO

LICENCIATURA: ENFERMERÍA

CUATRIMESTRE: 6TO CUATRIMESTRE

Frontera Comalapa 10 de Junio De 2024

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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.

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 las siguientes características: 1. Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes; 2. Incluir información importante para los clientes; Conocer y reflejar las características, visibles o no; 3. Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia; Ser lo suficientemente simple y entendible; 4. Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Kotler también menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas: 1. Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida. 2. Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos, menos por mucho menos, más por menos. 3. Y por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente: ¿por qué debo comprarle a usted?

2.2 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, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

Existen cinco elementos de entre los cuales un emprendedor puede elegir y tomar en cuenta para concretar su propuesta de valor y asegurar su éxito: 1. Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto. 2. Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir. 3. Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva. 4. Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente. 5. Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía, así amplía el mercado y, por lo tanto, las ganancias del productor.

La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos muy importantes tanto para el cliente como para la empresa.

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciara 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.

2.3 MODELO DE NEGOCIO

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

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales:

1. Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
2. Atrae a líderes e inversionistas.
3. Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

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.

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

1. Seleccionar a sus clientes.
2. Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
3. Crear valor para sus clientes.
4. Conseguir y conservar a los clientes.
5. Salir al mercado
6. Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
7. Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
8. Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

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.

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

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.

La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el "secreto" del modelo).

Bibliografía

Libro de Consulta