# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 2.1 Propuesta de valor

- Desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.
- Elementos
  - Cualidades del producto, relación con el cosumidor e imagen y prestigio.
- Cadena de valor
  - es un concepto muy importante, ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

## 2.2Generación de ideas

- Las ideas, son parte de imaginar parte de un negoció de como inicia con una inversión inicial para que esas ideas vayan aterrizando en físico,
- propuesta de valor
  - Elementos relacionados
    - Características del mercado potencial, Necesidad que cubrirán, Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.

## 2.3Modelo 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.
- modelo
  - Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
    - Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
    - Análisis técnico–operativo.
    - Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
    - Análisis financiero.
- funciones
  - 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.

## 2.4Características de los modelos de negocios

- Bajos costos
  - 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
- Innovación y diferenciación
  - 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 (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.
  - características.
    - Uso de tecnología apropiado, Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo,producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto