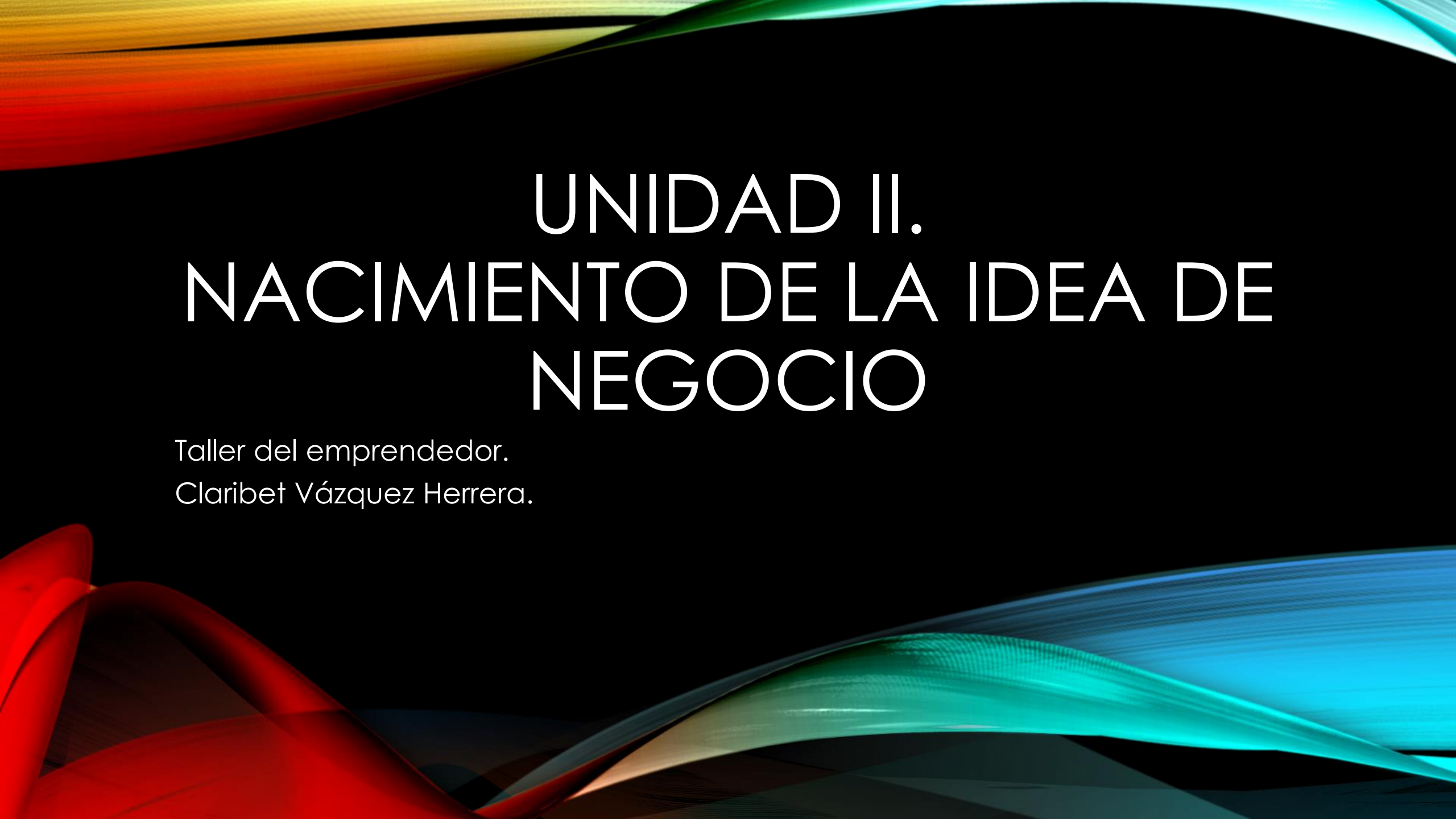
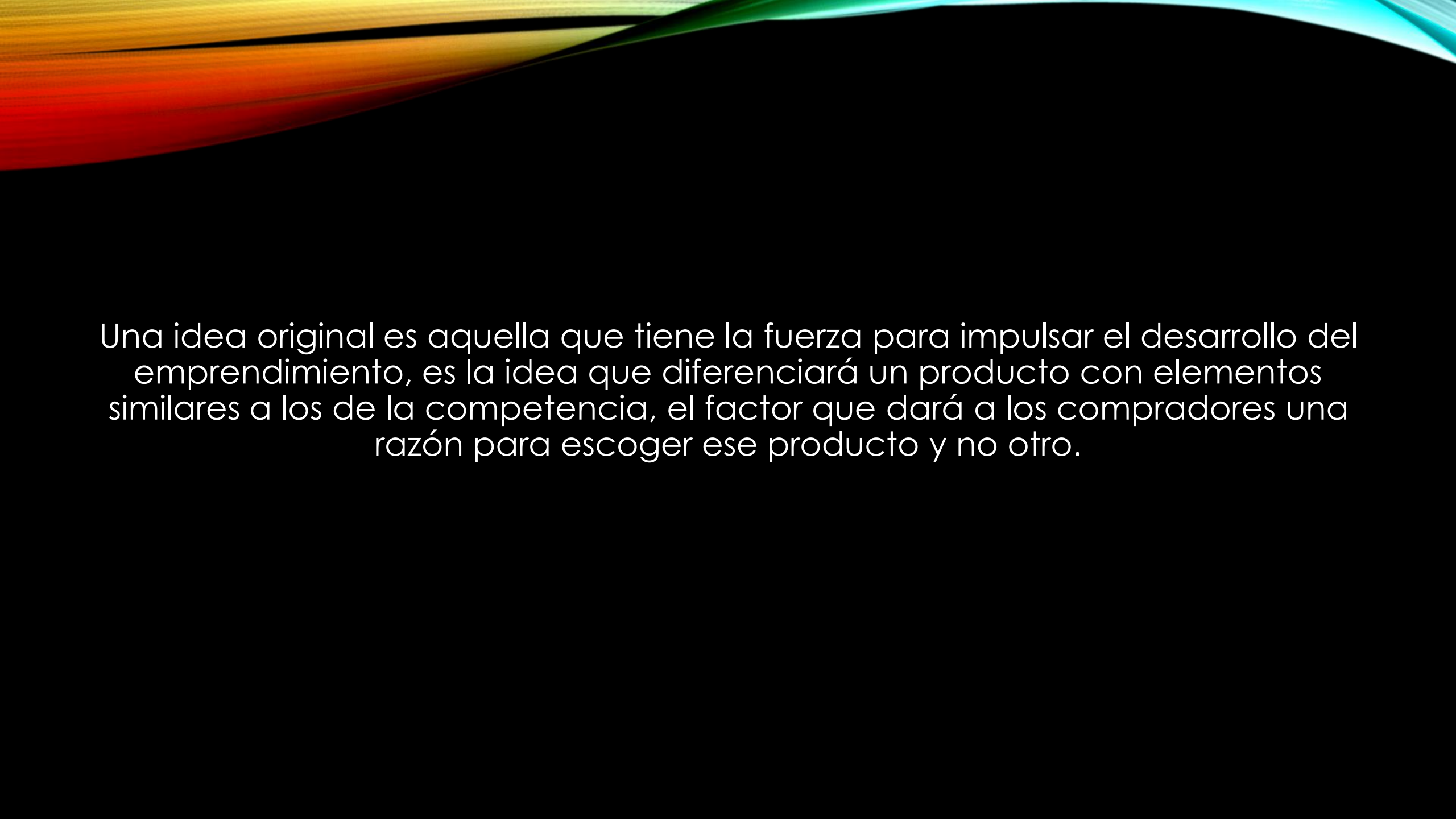




UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

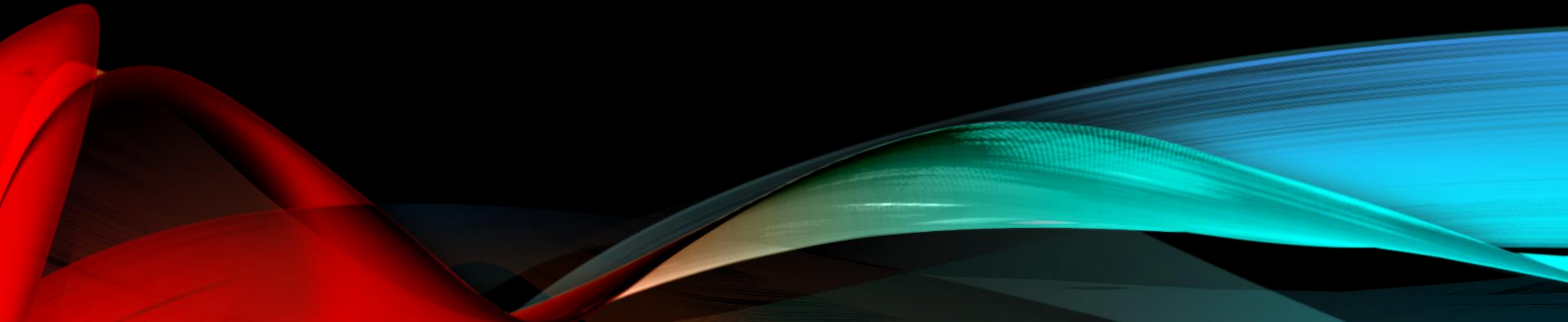
Taller del emprendedor.
Claribet Vázquez Herrera.



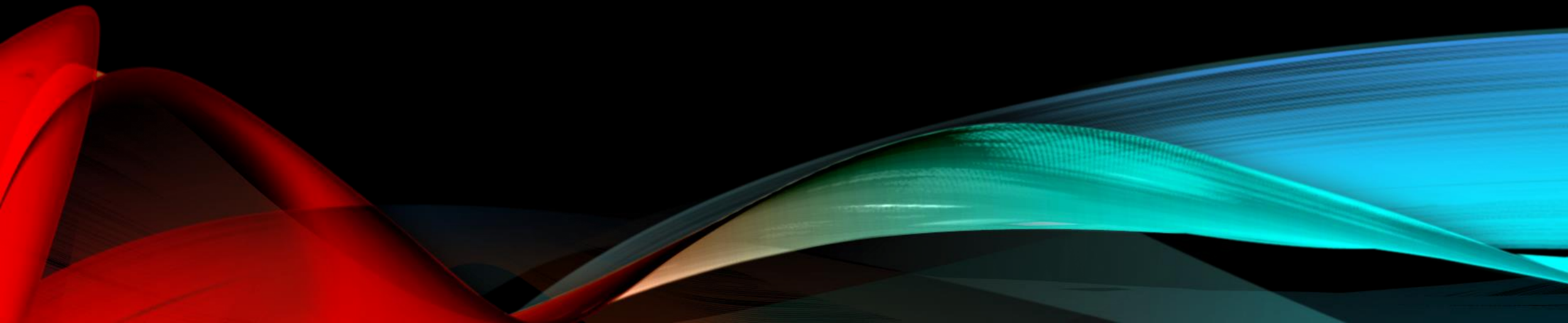
Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

EL NACIMIENTO DE UNA IDEA DE NEGOCIO SUELE SURGIR DE LA IDENTIFICACIÓN DE UNA NECESIDAD O PROBLEMA EN EL MERCADO, COMBINADO CON LA PASIÓN Y LAS HABILIDADES DEL EMPRENDEDOR..

Esta idea se convierte en un proyecto empresarial cuando se valida, se desarrolla un plan de negocio y se busca la viabilidad comercial



<https://www.youtube.com/watch?v=y7GKgDJBU54&pp=0gcJCfwAo7VqN5tD>





✓ Fuentes de ideas de negocio:

Observación del entorno.

Experiencia personal.

Conocimientos y habilidades.

Nuevas tecnologías.

Pasión y motivación.

Necesidades sociales o ambientales.

✓ Proceso de desarrollo de la idea:

1. Generación de ideas.

2. Validación.

3. Desarrollo del plan de negocio.

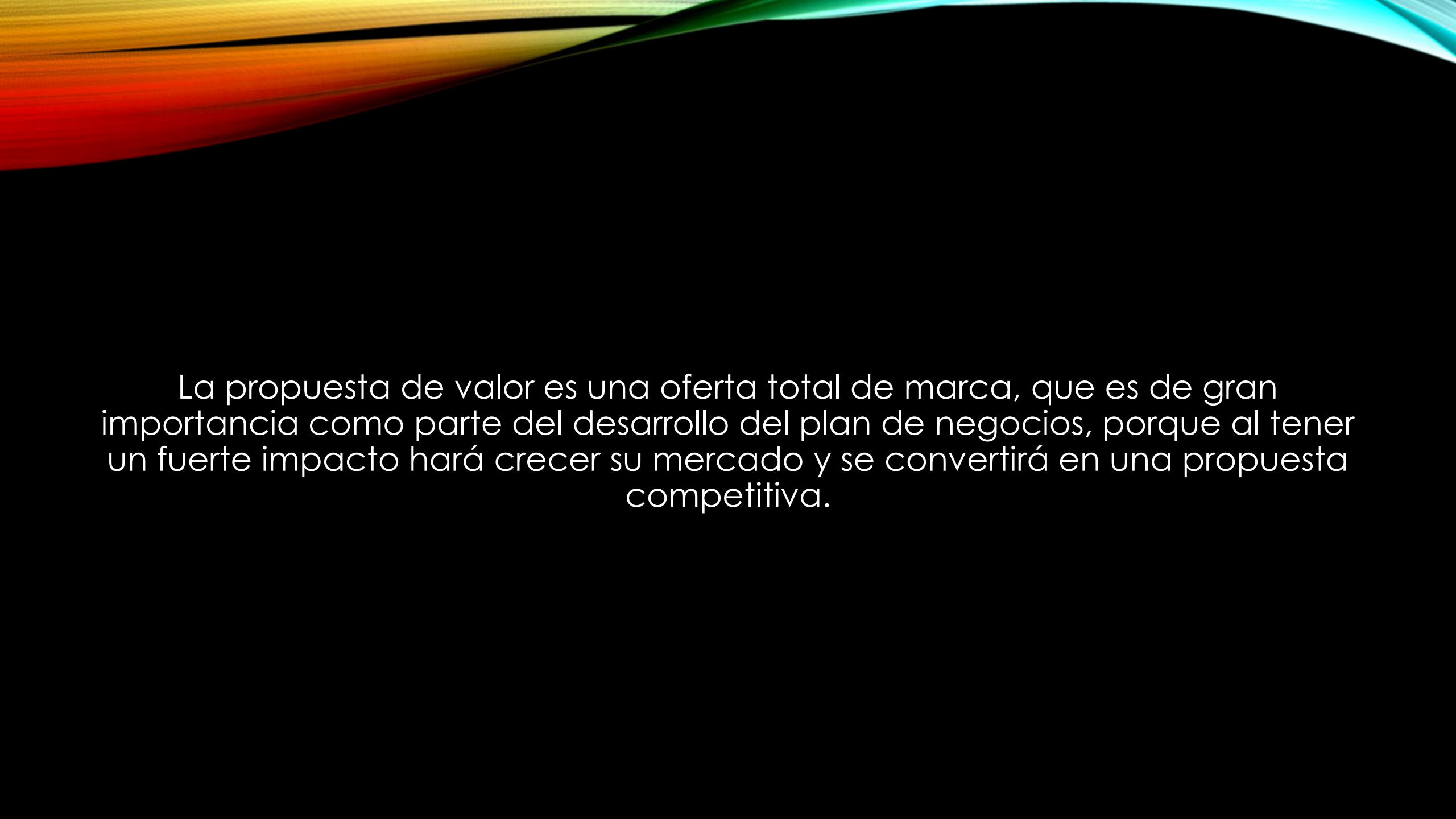
4. Búsqueda de financiamiento.

5. Lanzamiento y ejecución.



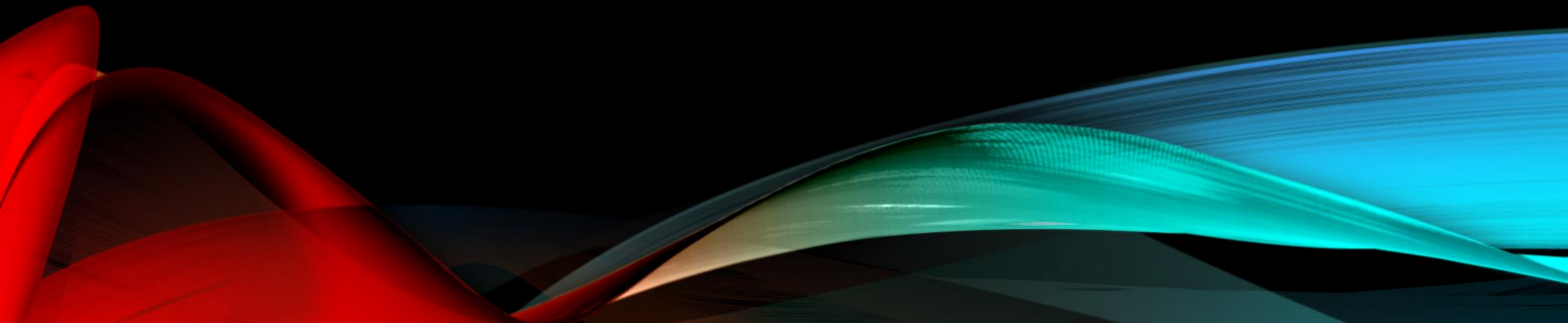
IMPORTANCIA DE LA IDEA DE NEGOCIO:

LA IDEA DE NEGOCIO ES LA BASE DE CUALQUIER PROYECTO EMPRESARIAL, ES LA PROPUESTA DE VALOR QUE SE OFRECE AL CLIENTE Y LA RAZÓN DE SER DE LA EMPRESA. UNA IDEA SÓLIDA Y BIEN FUNDAMENTADA ES CLAVE PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO, YA QUE PERMITE DEFINIR LA ESTRATEGIA, ATRAER CLIENTES, GENERAR GANANCIAS Y ALCANZAR LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.



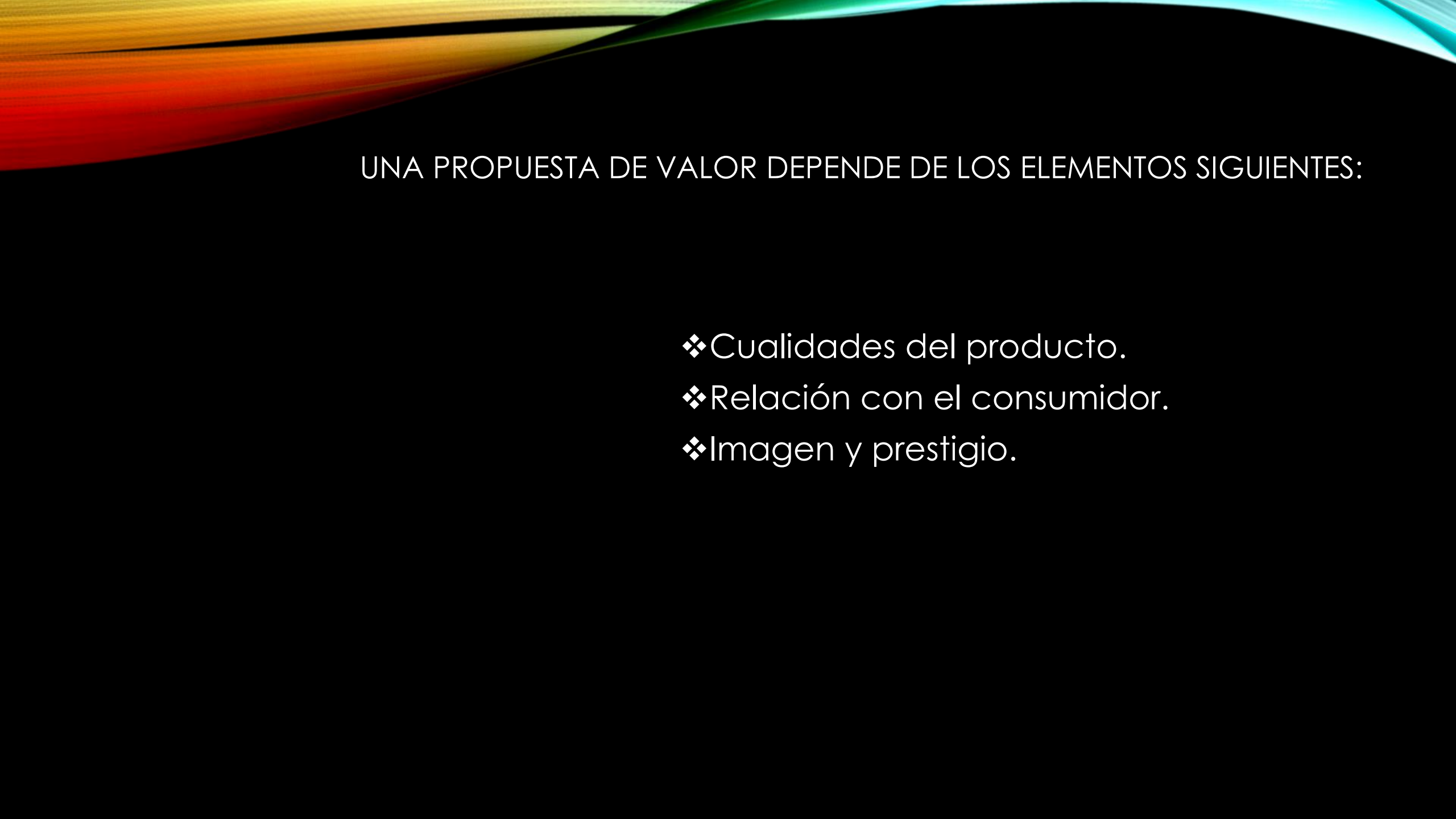
La propuesta de valor es una oferta total de marca, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios, porque al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.

<https://www.youtube.com/watch?v=y9-l4807MYE>



LA PROPUESTA DE VALOR DEBE CUMPLIR CON LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

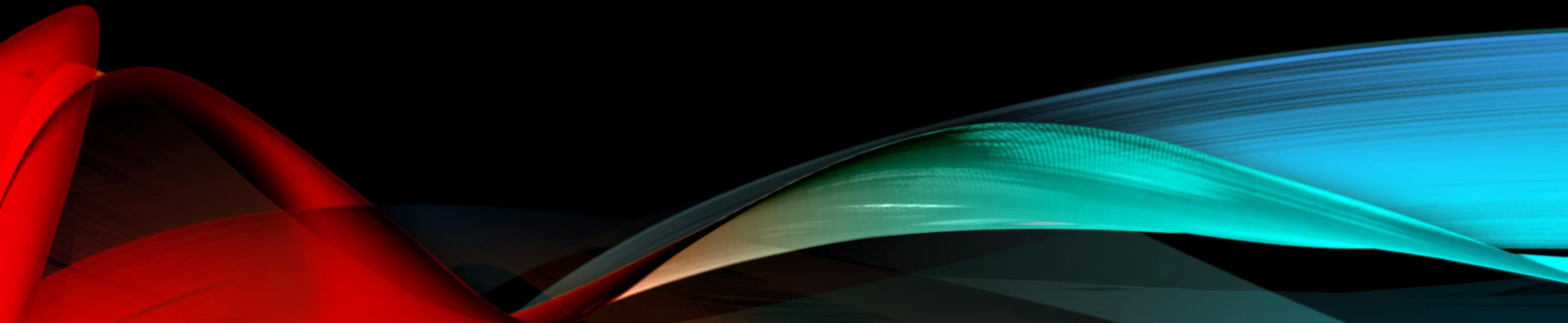
- ❑ Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
 - ❑ Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
 - ❑ Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
 - ❑ Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
 - ❑ Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.



UNA PROPUESTA DE VALOR DEPENDE DE LOS ELEMENTOS SIGUIENTES:

- ❖ Cualidades del producto.
- ❖ Relación con el consumidor.
- ❖ Imagen y prestigio.

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.



Técnicas para la generación de ideas:

- Lluvia de ideas.
- Análisis FODA.
- SCAMPER.
- Análisis de tendencias.
- Inmersión en el problema.
- Inspiración en otras disciplinas.
- Pensar en opuestos.
- Analogías.
- Centrarse en lo absurdo.
- Reformular la pregunta.

Pasos para desarrollar una idea de negocio:

1. Identificar una necesidad o problema:
2. Generar ideas:
3. Evaluar las ideas:
4. Seleccionar la mejor idea:
5. Desarrollar el modelo de negocio:
6. Probar la idea:
7. Lanzar el negocio:

HERRAMIENTAS PARA LA GENERACIÓN DE IDEAS:

SOFTWARE DE DISEÑO GRÁFICO:
PARA CREAR PROTOTIPOS VISUALES Y MATERIALES DE MARKETING.

PLATAFORMAS DE PROTOTIPADO: PARA CREAR PROTOTIPOS
INTERACTIVOS DE APLICACIONES O SITIOS WEB.

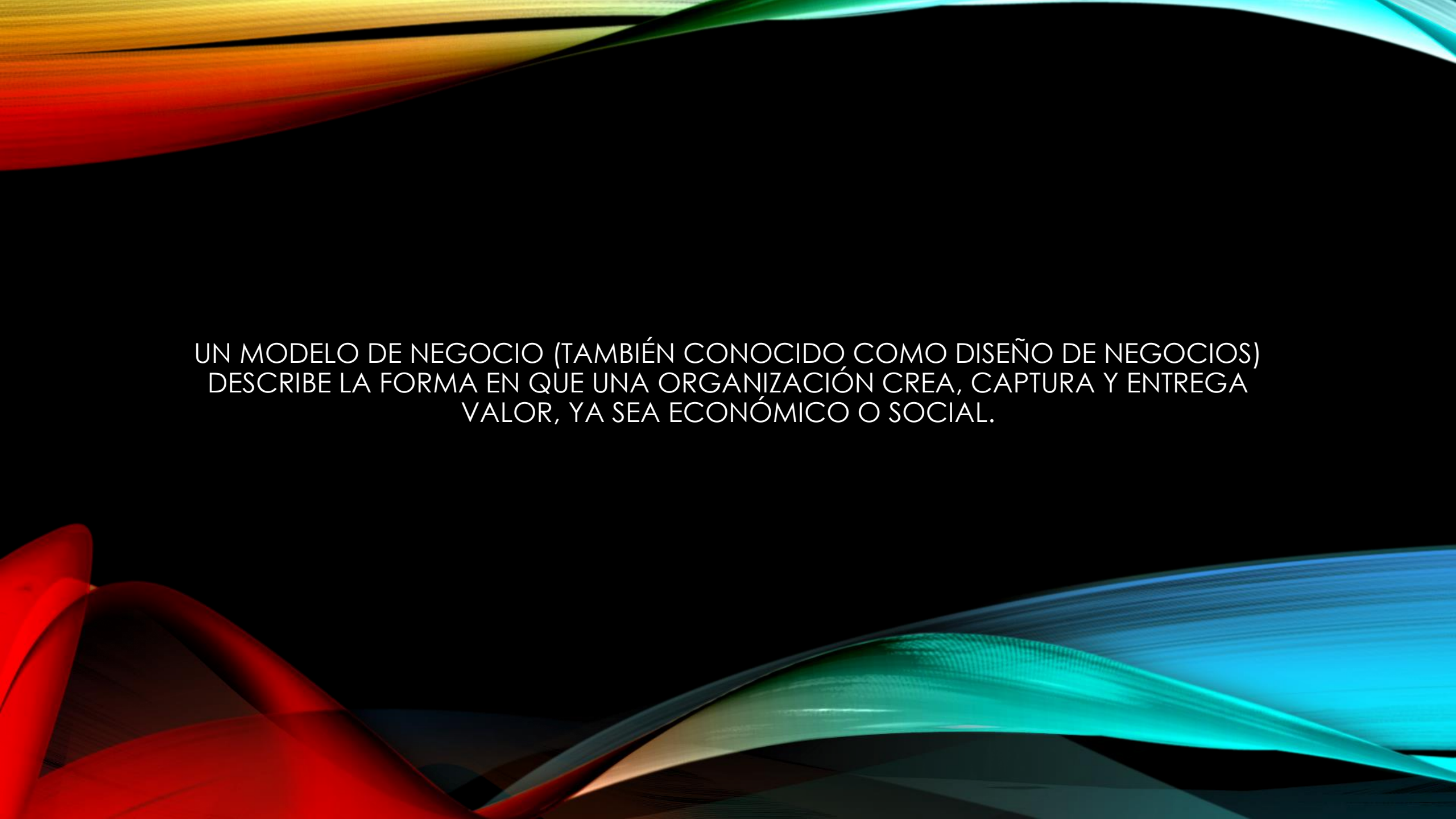
APLICACIONES DE GESTIÓN DE PROYECTOS: PARA ORGANIZAR
IDEAS, TAREAS Y EL PROGRESO DEL PROYECTO.

PLATAFORMAS DE COLABORACIÓN: PARA FACILITAR LA
COMUNICACIÓN Y EL TRABAJO EN EQUIPO.

GENERADORES DE IDEAS: HERRAMIENTAS EN LÍNEA QUE UTILIZAN
INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIO.



<https://www.youtube.com/watch?v=BnFmKagnwUY>



UN MODELO DE NEGOCIO (TAMBIÉN CONOCIDO COMO DISEÑO DE NEGOCIOS)
DESCRIBE LA FORMA EN QUE UNA ORGANIZACIÓN CREA, CAPTURA Y ENTREGA
VALOR, YA SEA ECONÓMICO O SOCIAL.

EL EMPRENDEDOR PUEDE AUXILIARSE DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO UNA BUENA HERRAMIENTA, CONSIDERANDO QUE EXISTEN ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA UN NEGOCIO, QUE FACILITAN EL DESARROLLO DEL MODELO ENTRE LOS MÁS RECOMENDADOS SE ENCUENTRAN:

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- Análisis técnico-o

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

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.



❖ 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.



Características clave de un modelo de negocio:

- Propuesta de valor.
- Mercado objetivo.
- Canales de distribución.
- Relaciones con los clientes.
- Flujo de ingresos.
- Actividades clave.
- Recursos clave.
- Asociaciones clave.
- Estructura de costos.
- Escalabilidad.
- Rentabilidad.
- Adaptabilidad.
- Diferenciación.
- Sostenibilidad.



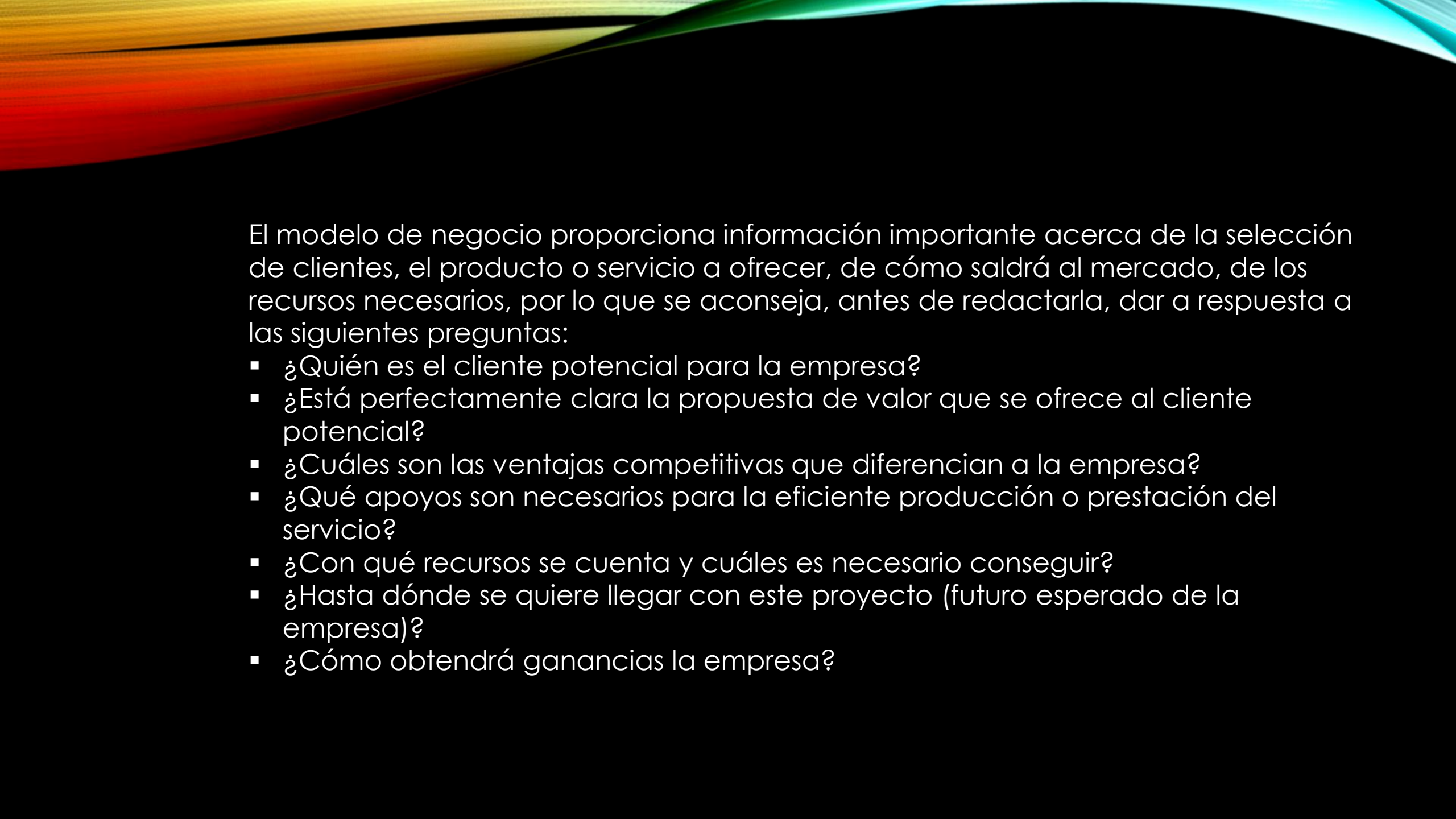
[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=-EGR9F9N7JO](https://www.youtube.com/watch?v=-EGR9F9N7JO)

[HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=N8-TLQLJJBW](https://www.youtube.com/watch?v=N8-TLQLJJBW)



Para reducir costos en un emprendimiento, es fundamental analizar cada área del negocio, desde la producción hasta la administración, y buscar formas de optimizar recursos, negociar con proveedores, y aprovechar la tecnología para automatizar procesos. También se puede considerar la posibilidad de tercerizar servicios no esenciales y enfocarse en la capacitación del personal para mejorar la eficiencia.

La diferenciación o innovación 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.



El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa?
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial?
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa?
- ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio?
- ¿Con qué recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir?
- ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto (futuro esperado de la empresa)?
- ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?

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

Propuesta de valor.

Segmento de mercado.

Estructura de la cadena de valor.

Generación de ingresos y ganancias.

Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia).

Estrategia competitiva.

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera:

1. Segmento del mercado:
2. Propuesta de valor:
3. Canales de distribución:
4. Relación con los consumidores:
5. Flujos de efectivo:
6. Recursos clave
7. Actividades clave:
8. Socios clave:
9. Estructura de costos

[HTTPS://ENCRYPTED-VTBN0.GSTATIC.COM/VIDEO?Q=TCN:AND9GCQUIDIMKHRZX3JSQYYQC9DJAOUCPRRMNEZCG](https://encrypted-vtbn0.gstatic.com/video?q=tbn:AND9GCQUIDIMKHRZX3JSQYYQC9DJAOUCPRRMNEZCG)

