



*Nombre del Alumno: Luz Elena Oramas Estefano.*

*Nombre del tema: Nacimiento de la idea de negocio.*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: Introducción Al Emprendedurismo*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.*

*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.

### Calidades

Atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.

### Jeffry Timmons (1990).

“Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio”

### Según Puchol (2005)

- Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho.
- Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad.
- Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro.
- En un país existe un producto que en otro no es conocido.
- En un país se importa un producto extranjero.
- El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento
- Posibilidad de reciclar una materia prima.
- Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas.

## Nacimiento de la idea de negocio

### Propuesta de valor

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

### 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.

### Característica propuesta de valor

- Reflejar la funcionalidad, el servicio.
- 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.

### Elementos propuesta de valor

- Cualidades del productor.
- Imagen con el consumidor.
- Imagen y prestigio.

### Kotler etapas

- Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida.
- Determinar una postura de valor para el producto.
- Y, por último, desarrollar la propuesta de valor total del producto.

### Importancia

Porque al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.

## Nacimiento de la idea de negocio

### Generación de ideas

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.

### Modelo de negocios

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.

### Elementos fundamentales de planeación estratégica para un

1. Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
2. Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
3. Análisis técnico-operativo.
4. Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
5. Análisis financiero.

### Magrita (2002)

Propone que un nuevo modelo de negocio debe enfocarse en diseñar su producto/servicio para una necesidad conocida, a través de un proceso innovador, o incluso basado en una mejor manera para hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente.

### Funciones esenciales de un modelo de negocios

- 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.

## Nacimiento de la idea de negocio

### Funciones esenciales de un modelo 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.

### Objetivos de un modelo de negocios

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de "secreto" que los diferencia de otros.

### Bajos costos

Si 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

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.

### Naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, 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.

## Nacimiento de la idea de negocio

### 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.

### Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo.

### Características nombre de la empresa

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

### Tipos de empresa

- Comercial.
- Industrial.
- Servicios.

### 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.

### Análisis FODA

El análisis FODA 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.

## Nacimiento de la idea de negocio

### Misión de la empresa

A 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.

### Características Misión de la empresa

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios. Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos.

### Requisitos

- Amplia.
- Motivadora.
- Congruente.

### Visión de la empresa

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda el emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

### La debe ser Visión de la

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

## Referencias

Antologi UDS [\\*QjzYtfm4Wnk57FhNiVMv-LC LTS905 TALLER DEL EMPRENDEDOR.pdf](#)