



Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo.

Nombre del tema: Nacimiento de una idea de negocio.

Parcial: 2ª unidad.

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Gladis Adilene.

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios.

Cuatrimestre: 9ª cuatrimestre.

Nacimiento de la idea de negocio

Propuesta de Valor

Elaborar y 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.

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.
- 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.

Elementos de la propuesta de valor

- Calidades del producto
- Relación con el consumidor
- Imagen y prestigio

Kaizen (2005).

Los atributos de los productos y servicios que generan la propuesta de valor, están relacionados con la funcionalidad, la calidad, la oportunidad y el precio de acuerdo al Grupo

Generación de ideas

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas
¿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.

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

El mercado, la experiencia que recibió el cliente, el producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente, las alternativas y las diferencias, las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

Elementos importantes

- Elementos relacionados con el cliente
- Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa:

Los valores son cuantitativos o cualitativos

Modelo de negocio

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

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:

- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

Tres categorías:

1. Políticas
2. Activos
3. Legales

Nacimiento de la idea de negocio

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

Objetivo

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

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

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.

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son:

Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad. Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas y/o rechazo por parte de los compradores.

El consumidor

Concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya

Diferentes medidas

Aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

Innovación y diferenciación

La empresa debe 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.

El valor de la compañía

Lo obtiene de su diferenciación con otras depende también del precio y margen de ganancias

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

Características

- El uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos
- La producción local